

Scuola di Dottorato in “Sociologia e Ricerca e Sociale” – XXII ciclo
Indirizzo: Sociologia e Ricerca Sociale

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO



Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale

**TRAIETTORIE OCCUPAZIONALI,
RETI COLLABORATIVE, CREATIVITÀ:**

Un approccio sociologico al mestiere
dello sceneggiatore di fiction televisiva

Tesi di Dottorato

Relatore: Prof. *Giolo Fele*

Dottoranda: *Sara Zanatta*

Anno Accademico 2008/2009

A Zaina che amava raccontare storie

*e alla spiaggia di Isla Vista
dove mi sono seduta ad ascoltare
il suo ultimo racconto*

INDICE

introduzione	9
 capitolo primo	 17
Tracciare la rotta. Mondi dell'arte, campi sociali, industrie culturali	17
Introduzione	17
1.1. Un "mondo dell'arte" che coopera ad un prodotto indeterminato	23
1.2. Per un'applicazione della teoria dei campi ai <i>media fields</i>	29
1.3. Industrie culturali e creatori simbolici	38
1.3.1. <i>Cicli di produzione e strategie anti-rischio nelle industrie culturali</i>	39
1.3.2. <i>Il creatore simbolico come produttore culturale situato</i>	45
1.4. La produzione televisiva: arena di studio e set di storie	51
1.4.1. <i>Una rassegna, tre modelli d'indagine</i>	51
1.4.2. <i>Gli sceneggiatori televisivi. Una comunità occupazionale imperfetta?</i>	61
Conclusioni. Il dado è tratto	64
 capitolo secondo	 67
Produrre serialità in Italia. Una prospettiva di frammenti storici	67
Introduzione	67
2.1. Gli inizi. Un sistema artigianale per confezionare fiction evento	68
2.1.1. <i>Una premessa americana. Agli albori della serialità</i>	68
2.1.2. <i>Tra teatro e cinema: l'epoca dello sceneggiato Rai</i>	70
2.2. Da J.R. a Fichera: importazione e <i>made in Italy</i>	74
2.2.1. <i>Il pluralismo del monopolio e le "antenne libere"</i>	74
2.2.2. <i>«Crisi bloccate». Intellettuali e funzionari riflettono sul sistema seriale</i>	78
2.3. Giano bifronte: gli anni Novanta della serialità	82
2.3.1. <i>Stato di morte apparente e nuovi (e)venti</i>	82
2.3.2. <i>Un australiano a Napoli: la vera svolta industriale della fiction</i>	88
2.4. La seconda <i>golden age</i> : l'ultimo decennio di fiction televisiva	93
2.4.1. <i>Dinamiche di mercato e andamento storico</i>	94
2.4.2. <i>Quanto costa produrre una fiction</i>	98
2.5. Una postilla terminologica. La fiction che studiamo	100
Conclusioni. Quattro stati del campo	103
 capitolo terzo	 107
Narratori di storie per la televisione: il mestiere di sceneggiatore	

Introduzione	107
3.1. Per una mappatura della professione artistica	108
3.1.1. <i>Quantificare il non-quantificabile</i>	108
3.1.2. <i>Il mestiere dello sceneggiatore televisivo: caratteristiche generali</i>	114
3.2. L'artista allo specchio. Di intellettuali, artigiani e passacarte	121
3.3. L'orientamento al campo	125
3.3.1. <i>Tra vocazione e casualità: "Quasi quasi mi sa che mi piace scrivere"</i>	126
3.3.2. <i>La formazione dello sceneggiatore</i>	130
3.4. L'ingresso al campo	138
3.4.1. <i>Ingressi "liquidi"</i>	138
3.4.2. <i>I primi lavori di fiction televisiva: forme di reclutamento</i>	146
3.4.3 <i>Quando scrivere diventa un mestiere</i>	149
3.5. La scalata al campo. Traiettorie occupazionali	152
3.5.1. <i>Ruoli e mansioni dello sceneggiatore televisivo</i>	154
3.5.2. <i>Modalità della scalata. Prestissimo, adagio, andante con moto, tranquillo</i>	162
3.5.3. <i>Nuove porte, nuovi mondi</i>	168
3.5.4. <i>Farsi una reputazione: parametri valutativi del mondo professionale</i>	172
3.5.5. <i>Retoriche di sopravvivenza e orizzonti aspirazionali</i>	177
Conclusioni	182
capitolo quarto	187
In famiglia. Networks informali di legami forti	187
Introduzione	187
4.1. Dialoghi intra-gruppo. Nota teorica sul concetto di <i>famiglia creativa</i>	188
4.2. A bottega: maestri, operai e apprendisti	193
4.2.1. <i>Aspetti delle famiglia-bottega</i>	193
4.2.2. <i>Crisi della famiglia-bottega (?)</i>	200
4.3. La comune: molti capelloni e poche ninfette	205
4.3.1. <i>Al centro: i sodalizi artistici</i>	205
4.3.2. <i>Periferie generazionali</i>	210
4.4. Ikea: famiglie componibili	215
4.5. <i>Io scrivo da solo</i> . La famiglia dei senza famiglia	223
4.6. Il "circolo" degli esperti della serialità	225
Conclusioni. Una comunità di famiglie creative	230
capitolo quinto	233
La spirale creativa. Storia di un'autorialità frammentata	233
Introduzione	233
5.1. Chi l'ha scritto (o Dell'autore come concetto "diffuso")	235
5.2. Cosa è scritto... (o Del testo come "edificio")	241
5.3. Ideare un prodotto fiction	247
5.3.1. <i>Eureka! Da dove nasce una storia: dall'idea al soggetto</i>	247

5.3.2. <i>La Grande Storia: bibbia e trattamento</i>	255
5.4. Dall'ideazione all'azione: personaggi che parlano e si muovono	259
5.4.1. <i>La storia in pillole: la scaletta e le sue varianti</i>	260
5.4.2. <i>La "piccola" storia: sceneggiare una puntata</i>	267
5.5. La storia in fuga: un'autorialità "a responsabilità limitata"	272
5.5.1. <i>Pratiche di controllo: note di revisione e riunioni</i>	273
5.5.2. <i>Contenuti del controllo e tipi di revisione</i>	279
5.6. «Dal letame nascono i fiori»: nuove storie di autorialità virtuosa	286
Conclusioni. Creatività d'autore	288
conclusioni	291
La loggia del (sotto)campo	
nota metodologica	299
Abitare una bolla: storia naturale del lavoro sul campo	
Introduzione	299
1. Un campo urbano ad orologeria: entrare, soggiornare, uscire	300
1.1. <i>L'operazione bolla: accesso e permanenza nel campo</i>	300
1.2. <i>Interviste agli sceneggiatori</i>	304
1.3. <i>Interviste ad osservatori privilegiati</i>	312
1.4. <i>Lo sceneggiatore al lavoro</i>	314
1.5. <i>Momenti "comunitari": tra riunioni di categoria, convegni e allegre bevute</i>	319
1.6. <i>Documenti</i>	322
2. Entrare troppo e non entrare affatto: ruolo del ricercatore e limiti della ricerca	324
2.1. <i>Il sofà del ricercatore</i>	325
2.2. <i>Le stanze dei bottoni</i>	329
Conclusioni. La bolla è scoppiata	333
appendice A	335
Biografie sceneggiatori intervistati	
appendice B	341
Resoconto interviste sceneggiatori (con pseudonimi)	
appendice C	343
Traccia dell'intervista agli sceneggiatori	
appendice D	345
Resoconto delle interviste ad osservatori privilegiati	
riferimenti bibliografici	347
ringraziamenti	

introduzione

Gestazione della ricerca. Tra cultura *pop* e curiosità accademica.

*“La televisione è un teleobiettivo,
mentre il cinema è un grandangolo.
Al cinema si può mettere in scena una sinfonia,
mentre in televisione ci si deve limitare ad un cigolio.
Unico vantaggio: il cigolio può essere continuo”*
– David Linch –

Uno dei miei primi ricordi televisivi sono *‘I Jefferson’* (1975) e la simpatia che mi faceva George (Mr. Jefferson) quando camminava tutto impettito nella *living room* del suo appartamento newyorchese. Uno dei miei ultimi ricordi americani è l’appuntamento del mercoledì sul divano (della *living room*!) con il giapponese take-away e quel senso di soddisfazione nel guardare in anticipo sui miei amici italiani una nuova puntata di *‘Lost’* (2004).

Questo per rispondere (d’istinto) alla prima domanda: *perché la fiction televisiva?* Perché sono una fan del *pop*.

Da studiosa poi, considero il mondo della cultura di massa come un *patchwork* di sistemi industriali e simbolici affascinante da osservare: il fascino è dato dal fatto che tutti vi partecipano attivamente da consumatori e da interpreti (andando al cinema, a teatro, allo stadio, guardando la televisione, ascoltando la radio o un cd, giocando alla playstation), e che una parte di quei consumatori, come investitori, talenti creativi, personale tecnico, con le proprie esperienze lavorative e storie private, contribuisce a produrre continuamente nuovi prodotti di consumo.

Il piacere della fruizione e la curiosità della ricerca mi hanno portato dunque fino a qui. A scegliere di occuparmi di fiction televisiva dal punto di vista della sua produzione. Il mio focus d’indagine non riguarda infatti tanto il prodotto in sé (in termini semiotici e di analisi del contenuto), né il significato culturale che riveste, ovvero l’analisi dell’*audience* e delle sue modalità di consumo, quanto il contesto sociale, culturale, interazionale in cui ha luogo il processo di confezionamento di questi testi mediatici, colto nella sua complessità organizzativa, economica, politica e creativa.

La domanda esplicitata più sopra circa la scelta di studiare questo campo produttivo, si arricchisce a questo punto di altre due motivazioni (serie).

Innanzitutto questo “genere”¹ è attualmente uno dei più “fortunati” dei palinsesti televisivi italiani: il successo è in qualche modo duplice perché da un lato si è sviluppata e consolidata un’industria di fiction in termini di investimenti, capacità organizzativo-produttive e formule sperimentate, e dall’altro il pubblico ha risposto con una sempre più consistente fidelizzazione. Si tratta cioè di un prodotto autenticamente *popular*, diventato protagonista assoluto di una massiccia operazione commerciale (un proliferare di siti internet ufficiali o meno, un *merchandising* fatto di cofanetti, libri, giochi, ecc., un’attenzione crescente da parte della carta stampata, e più di una kermesse ad esso dedicata) e di un investimento crescente in termini economici ed orari da parte del *broadcasting* e del *narrowcasting*² che contribuisce a far emergere tematiche di interesse per l’opinione pubblica [Casetti e Villa, 1992]³.

Questo discorso è valido anche a livello internazionale. La televisione americana ha fin dai suoi esordi investito massicciamente su questa tipologia di prodotto, elaborando nuove forme narrative seriali, diventando un settore trainante della crescita del mercato home video, generando fenomeni di culto grazie anche ad un’abile politica di esportazione del prodotto nazionale. In Europa, con la *deregulation* televisiva che ha strappato le televisioni dalla condizione di monopolio immettendole in un mercato più o meno concorrenziale, produrre fiction ha costituito per ogni *broadcaster*, a partire indicativamente dagli anni Settanta, una via obbligatoria, prima ancora che una scelta elettiva. La geopolitica dei *telefilm* (per usare un termine esclusivamente italiano) ci appare costellata di turbolenze, riprese, crisi di creatività, tagli del budget, indebolimento del settore produttivo indipendente, difficoltà a cementare competenze adeguate, e poi di nuovo rinnovato interesse per il settore, crescita dell’audience e nuove esigenze spettatoriali, sperimentazione su formati diversi, razionalizzazione degli investimenti tra qualità e quantità. Insomma, nella storia di questo macrogenere si sono da sempre intrecciate l’evoluzione del medium, i mutamenti nella modalità di fruizione, ed una trasformazione delle forme seriali, procedute con tempi diversi nei vari *mediascapes* nazionali. Caratterizzati da forti specificità (per quanto riguarda le capacità produttive delle relative industrie televisive),

¹ Non è questa la sede per discutere della questione terminologica sul che cosa si intenda per “genere”. Si rimanda, per una riflessione approfondita, a Casetti e Villa [1992], con un capitolo interamente dedicato alla più recente letteratura sulla tematica dei generi, e a Grasso e Scaglioni [2003]; per una definizione di genere televisivo si vedano anche Castellani [1995] e Grignaffini [2004].

² I due termini *broadcasting* e *narrowcasting* sono divenuti sinonimo rispettivamente di tv generalista e tv specializzata. Con il primo si indicano le reti gratuite (Rai, Mediaset e la7), con il secondo i canali a pagamento, rivolti a pubblici più ristretti e segmentati. Nel presente lavoro i termini saranno utilizzati precisamente in questa accezione generica: quando parlerò ad esempio di *broadcasters* mi riferirò quindi alle reti Rai e Mediaset (la7 attualmente non trasmette fiction italiana inedita).

³ Penso ad esempio alle polemiche che spesso hanno accompagnato le fiction di denuncia sociale e/o le storie di mafia. Cfr. L. Palestini, “*Fermate quella fiction su Riina*”. *Mastella contro Mediaset*, in «la Repubblica», 27/11/07, p. 51; A. Vitali, ‘Provenzano’, *il film delle polemiche*, in «la Repubblica», 11/01/08, p. 50; oltre alla recentissima polemica nata in seguito ad una esternazione del Presidente del Consiglio Silvio Berlusconi che, intervenendo ad un convegno ad Olbia, ha affermato: “Se trovo chi ha girato nove serie della ‘Piovra’ e scritto libri sulla mafia facendoci fare brutta figura nel mondo, giuro che lo strozzo”. Cfr. http://tg24.sky.it/tg24/politica/2009/11/29/berlusconi_si_sfoga_strozzerei_gli_autori_della_piovra.html.

difficilmente li si riesce a considerare come un insieme omogeneo ed unitario: tuttavia, ciascun Paese si è trovato ad attraversare in tempi leggermente sfasati cambiamenti produttivi simili, cosa che permette di confrontare gli effetti e le ricadute sul sistema seriale specifico ed eventualmente, se condivisi, di collocarli nel solco di una tendenza transnazionale. Il fatto poi che l'Italia sia stata uno degli ultimi paesi, con la Francia e la Spagna, a rodare modalità produttive nuove, consente naturalmente di osservare le ripercussioni che su altri sistemi hanno avuto quei cambiamenti, valutarne l'efficacia e ragionare quindi in un'ottica comparativa di più ampio respiro. Questo per dire che il presente lavoro pur concentrandosi su un caso nazionale non ha trascurato di considerare la situazione mediatica maturata al di fuori degli italici confini.

In secondo luogo, la fiction televisiva italiana mi è parsa, oltre che un genere strategico all'interno dei palinsesti televisivi capace di catturare la cultura (popolare) di una nazione, un ottimo terreno per poter studiare in pratica i meccanismi produttivi di un prodotto culturale di massa, in cui si mescolano le istanze autoriali dei soggetti creativi con le esigenze stringenti dell'industria, i margini di controllo ed autogestione da parte del singolo artista con le *routines* tecniche ed occupazionali stabilite. Come disse una volta Orson Welles se il pittore lavora con una tavolozza e lo scrittore con una penna, l'uomo e la donna di cinema – e il discorso può essere ampliato al mezzo televisivo – lavorano con un esercito: è al carattere altamente socializzato della produzione, alla coordinazione di quell'esercito, composto di persone tanto diverse e «per di più portatrici di un amplissimo ventaglio di professionalità, [...] non facilmente riconducibili a un ordine gerarchico unitario» [Ortoleva, 2005: 279], che ho voluto avvicinarmi, cercando di afferrarne almeno uno dei suoi *squadroni*.

La fiction televisiva, al pari di ogni altro artefatto culturale, è considerata quindi non solo come un «oggetto fabbricato grazie alla combinazione di materiali diversi, e al concatenamento di una certa serie di operazioni», ma anche e soprattutto nei termini di un «processo che include l'insieme dei fattori sociali collegati alla progettazione, costruzione, e circolazione di prodotti» [Sorlin, 1977: 79]. E la televisione, concetto ampio con cui indichiamo sia l'apparecchio elettronico che trasmette immagini in movimento nelle nostre case sia il «rutilante» mondo che la abita, non va semplicemente osservata «come fosse anche un'industria», bensì «come fosse *prima di tutto* un'industria» [ivi]: consapevoli cioè che i suoi prodotti esistono perché c'è qualcuno che li ha finanziati e che in virtù di questo finanziamento si aspetta un (equo) ricavo. Per quanto il versante economico e quello creativo possano apparirci distanti essi sono inestricabilmente legati, come la mente e il cuore di uno stesso corpo. In arti come la musica, la poesia, la pittura, dove pure l'elemento economico è alla base della relativa industria culturale, l'artista è in grado di passare senza difficoltà dall'idea alla sua attuazione e l'opera, pur necessitando di aggiustamenti e dell'intervento di altre persone prima di essere immessa nel mercato dei beni simbolici, viene realizzata direttamente dal suo creatore con una spesa limitata (uno strumento musicale; un foglio e una penna o un pc; una tela, dei pennelli e dei colori); nel caso del cinema e della televisione, invece, tra il progetto e l'opera si interpone la disponibilità dei mezzi economici, nel senso che «il denaro funge da inevitabile tramite sia verso le collaborazioni umane richieste dalla complessità dell'attuazione sia verso le indispensabili acquisizioni tecniche e materiali»

[Prandstraller, 1977: 74]. Non possiamo quindi non tenere conto di questo aspetto iniziando a ragionare sul prodotto televisivo: esso è non solo il risultato di un'azione congiunta [Becker, 1982] ma anche la risultante di un'operazione autoriale diffusa, nella quale si combinano e si disperdono, talora compensandosi talora mutuamente escludendosi, i contributi creativi di individualità artistiche diverse e di altre non-artistiche che esercitano però sul prodotto una qualche forma di potere (creativo).

Perciò, l'obiettivo con cui ho intrapreso questo lavoro di ricerca era quello di ricostruire il lungo lavoro di ideazione e organizzazione di una narrazione televisiva, identificando le diverse professionalità coinvolte nella sua produzione, i ruoli che ricoprono e l'influenza che esercitano sul prodotto finito, e dunque i meccanismi di mediazione economica e simbolica. Per farlo ho deciso di seguire tre macro-linee d'indagine:

- (1) la "mappatura" del campo produttivo in questione, ovvero l'individuazione dei ruoli e delle strutture produttive, la definizione dei suoi confini e delle caratteristiche dell'intero processo, nella convinzione che il posizionamento degli attori su questo piano di relazioni potesse essere determinante per la realizzazione creativa del prodotto seriale stesso;
- (2) la scelta della figura dello sceneggiatore quale principale interlocutore della ricerca; mi proponevo di indagare i percorsi formativi e professionali, le *routines* produttive, la cultura occupazionale, le modalità collettive di lavoro di una parte delle cosiddette "risorse artistiche" [Battocchio, 2003];
- (3) l'analisi delle negoziazioni attivate tra lo sceneggiatore e gli altri ruoli coinvolti nella realizzazione di una fiction televisiva, dei vincoli industriali da rispettare e delle relative conseguenze sia sulla creatività del singolo sia sui destini di una storia prima che questa approdi sul teleschermo.

Nel mio lavoro sul campo, durato circa due anni, ho seguito queste tre piste con passi e tempi diversi, maturando via via la scelta di privilegiare la seconda pur non trascurando le altre. Da una parte, la mappatura del campo produttivo nel suo complesso ha infatti costituito un momento di esplorazione essenziale: per osservare un mondo del tutto sconosciuto è necessario imparare (direi anche piuttosto in fretta) *chi fa cosa* ed appropriarsi di una serie di conoscenze sulla storia del campo e sulla sua conformazione; un bagaglio questo che diventa il vocabolario di base della ricerca, indipendentemente dal taglio che decidiamo di darle. Dall'altra, pur non avendo osservato direttamente le negoziazioni tra le parti coinvolte nel processo produttivo, non ho rinunciato nella mia analisi ad una riflessione sulla questione autoriale e sul peso che il carattere collettivo di un'opera, seriale ed indirizzata ad un pubblico di massa, esercita sul lavoro creativo del singolo.

Vorrei ora spendere qualche parola in più sul binario principale della ricerca, in particolare sulla scelta della figura dello sceneggiatore, dal momento che in questi tre anni la domanda successiva a *perché la fiction?* è stata proprio *perché lo sceneggiatore?*. Ora, nonostante la mia immediata risposta mentale fosse *perché no?*, ho cercato di ricordare a me stessa come fossi arrivata a questa decisione ed ho capito che dietro quegli sguardi straniti di fronte al soggetto del mio studio si

nascondeva il motivo della scelta stessa. Mi spiego meglio. A essere sincera inizialmente la mia non è stata una presa di posizione ferma e scientificamente fondata, ma semplicemente un'ipotesi operativa: pensavo che potesse essermi utile per prendere maggiore confidenza con un mondo che mi era del tutto ignoto – e al quale l'analisi etnografica, almeno in Italia, ha dedicato scarsa attenzione [Boni, 2004] – approfondire i nodi centrali individuati in sede di progettazione della ricerca avvicinandomi innanzitutto ad una delle figure principali del processo produttivo. Me ne sono fatta un elenco mentale, da profana: ho pensato ai registi, agli sceneggiatori, agli attori e a *quelli delle reti*. Di nome conoscevo solo gli attori, Piersilvio Berlusconi e Agostino Saccà; mentre non mi veniva in mente un solo regista di fiction, e nemmeno uno sceneggiatore. A dir la verità non ricordavo neanche il nome di uno sceneggiatore di cinema. *Possibile?* Mi sono chiesta. Ed è qui, credo, che è iniziato tutto: lo sceneggiatore è chi inventa la storia, chi decide che un personaggio sarà onesto e sfortunato ed un altro arcigno e vendicativo, chi materialmente scrive le battute e le azioni di uno e dell'altro, il tutto prima che il regista le metta in scena dirigendo i due attori che recitano le parti del buono e del cattivo; quindi – ho pensato – è con lui/lei che creativamente nasce un prodotto audiovisivo. Eppure, per riprendere il titolo di un libro che analizza proprio la figura dello sceneggiatore ad Hollywood, «*no one knows their name*» [Prover, 1994]. L'anonimato che circonda la figura dello sceneggiatore presso il grande pubblico, nonostante non le si possa negare una sua importanza creativa anche sulla base di una considerazione di senso comune, ha irrimediabilmente attirato la mia curiosità. In tal senso, l'interesse per la costruzione del prodotto di fiction si è spostato, o meglio concentrato, su una fase precisa del processo produttivo (quella della cosiddetta *pre-produzione*)⁴ e su quel soggetto professionale che possiamo genericamente considerare come il primo terminale creativo di tutta la catena di professionalità coinvolte nella realizzazione. È in ultima istanza intorno a questa professione artistica che ruota l'intero lavoro.

Dopo aver condiviso le motivazioni (personali e accademiche) di questo studio, esposto le linee d'indagine originarie ed esplicitato “da che parte sto” [Becker, 1967], vorrei presentare nel dettaglio il lavoro di tesi, organizzato in cinque capitoli, dei quali il primo costituisce l'ossatura teorica e i restanti quattro la parte di analisi empirica.

L'iter bibliografico che ha preceduto la stesura si è svolto in tre direzioni: una riflessione dei concetti di “mondo dell'arte” e di “campo sociale”, così come sviluppati rispettivamente da Howard Becker e da Pierre Bourdieu e successivamente discussi ed applicati a contesti diversi da quelli originali; un'accumulazione di conoscenze sull'approccio della produzione di cultura

⁴ Holland [1997] distingue tre fasi fondamentali che scandiscono la realizzazione di qualsiasi prodotto televisivo: la pre-produzione (pianificazione generale del lavoro e scrittura dei testi); la produzione (fase propriamente realizzativa del programma); la post-produzione (confezionamento del prodotto con il montaggio, l'inserimento delle musiche, la messa a punto della grafica, ecc.). L'autore fa precedere alla fase di pre-produzione un momento di progettazione che va sotto il nome di “ricerca e sviluppo”, in cui viene elaborata l'idea, assunto l'incarico da parte di una casa di produzione, selezionato l'intero team di lavoro, e scritta la prima bozza della sceneggiatura. Nel caso particolare della fiction televisiva la fase di ricerca e sviluppo e di pre-produzione non paiono così chiaramente distinte da giustificare una suddivisione. In questo lavoro quindi la “ricerca e sviluppo” vengono considerati come parte della fase pre-produttiva.

(*production-of-culture approach*), sviluppatosi in America a partire dagli anni Settanta, con particolare attenzione agli studi sulle professioni e sulle carriere artistiche; infine, una disamina delle ricerche esistenti in materia di produzione televisiva con un forte sbilanciamento verso quelle di area anglofona dal momento che il nostro Paese sembra in tal senso deficitario di contributi. Il primo capitolo teorico ricalca in buona sostanza il procedimento seguito in fase di rassegna bibliografica: l'intento è quello di riflettere sulle industrie culturali in senso ampio, stabilendo delle comparazioni con altre *arti* (dalla musica al cinema, dal teatro alle arti plastiche) ed introducendo alcuni concetti e questioni che saranno poi sviluppati sulla base dei dati raccolti e in relazione al prodotto studiato.

A questo punto ho creduto necessario, sulla scorta della prima linea d'indagine più sopra esposta, mappare il campo. A partire dalle riflessioni sulla serialità [Allrath e Gymnich, 2005; Abruzzese 1984a; Eco 1985] e da uno sguardo storico sulla fiction televisiva italiana (e più in generale sul nostro sistema televisivo), ho cercato di ripercorrere il farsi *industria* del campo e il farsi pratica produttiva dei suoi meccanismi seriali, soffermandomi sugli avvenimenti che a mio avviso hanno agito sul precedente sistema di lavorazione artigianale – erede della tradizione del teatro di posa e del cinema – consentendone una progressiva (e a tutt'oggi incompiuta) industrializzazione. Questo ideale viaggio che attraversa oltre mezzo secolo di storia della televisione costituirà il secondo capitolo della tesi nel quale, accanto ad un resoconto storico scandito per decenni, ho dato spazio anche ad una panoramica sulla situazione attuale, utile a mio avviso ad introdurre e contestualizzare i miei risultati: saranno quindi brevemente presentate sia informazioni di tipo descrittivo sull'attuale offerta di fiction, in termini di forze in campo e di costi produttivi, sia un glossario essenziale delle diverse forme seriali. L'obiettivo è quello di educare il nostro sguardo a guardare dietro al testo e al suo messaggio, cogliendo le condizioni – di tipo organizzativo, legislativo, tecnologico, politico, ecc. – che ne hanno determinato il cambiamento: perché perfino lo spostamento di un individuo da una posizione esecutiva interna al network⁵ ad una nel settore indipendente può avere conseguenze vistose sulle caratteristiche della cultura diffusa dal mezzo televisivo [Berkeley, 2003: 109].

I capitoli terzo e quarto sono invece interamente dedicati alla figura dello sceneggiatore televisivo. Il mestiere di chi scrive per la televisione sarà indagato da due punti di vista: le traiettorie occupazionali e le reti di collaborazione. Nel terzo capitolo mi concentrerò sul percorso artistico di questi professionisti della parola: lungi dall'essere il genio innato e solitario della tradizione romantica, lo sceneggiatore di mestiere segue un iter che, seppur non formalizzato ed unitario, può essere analizzato sulla base di alcune regolarità rispetto al tipo di formazione, alle forme di reclutamento, alle tappe successive di carriera, alla costruzione di una reputazione, alle aspirazioni per il futuro, all'impiego in altre forme di attività artistica. Nel tentativo di restituire le «prospettive di gruppo» [Becker *et al.*, 1961: 33] prenderò in considerazione anche le diverse immagini a cui ricorre la categoria per auto-rappresentarsi, le sue aspettative in chiave collettiva, nonostante l'assenza di un vero “spirito di corpo”.

⁵ Con il termine *network* intendo in generale un'emittente televisiva (Rai, Mediaset, Sky, ecc.), ovvero l'insieme di reti facenti capo allo stesso gruppo televisivo.

Il quarto capitolo nasce dalla necessità di precisare, approfondire e concatenare due aspetti che emergono già in quello precedente: il ruolo dei colleghi nella vita professionale del singolo e la forte commistione tra privato e pubblico caratteristica della professione. Considero le riflessioni di questo capitolo uno dei risultati inattesi della ricerca. Sia chiaro: non che non mi aspettassi che il lavoro sconfinasse nel privato ed i rapporti professionali diventassero spesso empatie umane; basti pensare ai rotocalchi di gossip che documentano con morbosa abbondanza le frequentazioni extra-lavorative tra la gente di spettacolo. Non immaginavo però che si venissero a creare vere e proprie reti di relazione che funzionano come centri di scambio e collaborazione professionale ma che si fondano su rapporti di confidenza e stima umane. Per definire questo tipo particolare di network ho introdotto il concetto di *famiglie creative* e ne ho elaborato una tipologia che si compone di cinque tipi, ciascuno dei quali varia in struttura, motivazioni all'aggregazione, capitale sociale comunitario, attitudine al lavoro.

Nel quinto capitolo mi concentrerò sulla questione autoriale. Lo sceneggiatore rimane al centro del discorso ma ripercorrendo il suo lavoro di scrittura e i testi che produce l'analisi arriverà ad inglobare anche le altre figure cruciali del processo produttivo, ovvero principalmente i funzionari e gli editor del network, il produttore indipendente, il regista. Combinando le interviste ai materiali scritti (appunti, soggetti, sceneggiature, note di revisione, ecc.) cercherò infatti di illustrare il meccanismo della *spirale creativa* in base al quale l'autorialità del singolo finisce accantonata (in nome del progetto comune), condivisa (con altre figure), minata o stravolta (da quella degli altri). In un continuo braccio di ferro negoziale dal quale emerge la forma *diffusa e incerta* dell'autorialità televisiva, quanto mai lontana da quel concetto di Autore tanto in voga nel limitrofo mondo cinematografico.

Per questa ricerca, infine, ho fatto ricorso a tecniche d'analisi multiple: interviste in profondità sia agli sceneggiatori (quarantatre in tutto) – diversi per età, sesso, formato televisivo in cui si sono cimentati e “notorietà” – sia ad altri osservatori privilegiati (ventidue tra produttori, registi, funzionari di rete, editor e formatori); note etnografiche (ho partecipato a riunioni di categoria, convegni di/per sceneggiatori, riunioni di lavoro tra sceneggiatori, riprese di una fiction); analisi di documenti secondari (statuti delle associazioni di categoria, articoli di giornale, blog, mail, ecc., oltre ai testi prodotti dallo sceneggiatore). Il resoconto della ricerca sul campo e le relative questioni di metodo che essa ha sollevato saranno considerati dettagliatamente nella nota metodologica posta a conclusione del presente lavoro.

capitolo primo

Tracciare la rotta. Mondi dell'arte, campi sociali, industrie culturali

*"The fate of what we say and make
is in later users' hands"*

– Latour –

Introduzione

Una donna che lavorava in un circo col compito di seguire un elefante e pulire il terreno al suo passaggio si definiva una lavoratrice nell'industria dell'intrattenimento (*entertainment business*). È Daniel Bell a raccontare questo aneddoto [cit. in Zukin, 1995] che ho scelto come promemoria e viatico perché nella sua semplicità va al nocciolo di questo primo capitolo. Quella donna in fondo non mentiva: perché contribuiva col suo lavoro a far funzionare al meglio la grande macchina del circo, perché se non ci fosse stata lei il numero dei giocolieri previsto subito dopo la performance dell'elefante si sarebbe svolto su di un "palcoscenico" inadatto ad accoglierli e il pubblico vi avrebbe assistito immerso in un nauseante clima olfattivo. Quella donna lancia una sorta di avvertimento: rivendicando la sua parte di merito ci ricorda che in quanto studiosi, se volessimo occuparci del mondo del circo, dovremmo quantomeno sapere che anche lei contribuisce alla realizzazione di uno spettacolo. Questo lavoro non c'entra nulla (o quasi) col circo, ma anche nella produzione di una fiction televisiva non mancano "quelle signore": comparse, elettricisti, microfonisti, sarti, addetti al catering, autisti, e così via. Il processo di *encoding*, per dirla con Stuart Hall [1980], di un prodotto mediale è, com'è intuibile, caratterizzato infatti da una parcellizzazione di spazi, tempi e competenze, è il risultato di più professionalità, di più ruoli (giustapposti o consecutivi), «di più codici "tessuti" insieme» (ognuno avrà la sua lente per valutare e interpretare la storia a cui lavora), di «rituali, negoziazioni, mediazioni, gestioni di potere» [Boni, 2004: 33], che impregnano tutte le fasi di confezionamento dello *show*. Per questo il presupposto imprescindibile da cui ha preso le mosse la presente ricerca – in linea con l'assunto "esogeno" di base della sociologia dell'arte e della cultura [Zolberg,

1990] – è che i loro specifici oggetti vadano trattati come il prodotto e lo sforzo di una cooperazione collettiva, fondamentalmente sociale, piuttosto che come l'improvvisa e geniale trovata di un singolo individuo.

Ho riflettuto sull'essenza di queste operazioni congiunte – caratteristica condivisa da ogni produzione culturale anche se con diversi gradi di collaborazione e con un numero variabile di soggetti che possono dirsi “creatori” dell'opera – a partire da tre concetti che hanno illuminato l'intero processo di rassegna bibliografica e che saranno sviluppati nei primi tre paragrafi di questo capitolo: il mondo dell'arte, il campo sociale, l'industria culturale. Credo che queste etichette concettuali più di altre – penso ad esempio ad “apparati” ideologici o “conglomerati culturali”⁶ – insieme ai ricchi *corpora* teorici ed empirici che ad esse si richiamano, siano le più adatte a guidare lo studio di quei territori particolari (spazi sociali) entro cui viene concepito, prodotto e distribuito un artefatto culturale. Presenterò di seguito brevemente i tre concetti anticipando gli aspetti che di ciascuno mi sembrano più interessanti per questo lavoro e che saranno poi approfonditi separatamente nel corso del capitolo.

Studiando per primo l'arte come il risultato di «modelli di attività collettiva» [Becker, 1982: 17] più o meno istituzionalizzati, Howard Becker riflette sulla “titolarità” dell'opera, sulla reputazione dell'artista, sui confini di ciascun “mondo dell'arte”⁷ e sulle relazioni che i suoi membri vi intrattengono, sulle «convenzioni artistiche», intese come «precedenti accordi divenuti abituali, che fanno ormai parte della prassi convenzionale di quel settore artistico» [*ibidem*: 45], fino a quello che definisce il processo di *editing* per indicare il lavoro di rimaneggiamento da parte dell'artista o di altri collaboratori all'opera, attività essenziale (e come si vedrà controversa) anche nel caso della produzione televisiva. Il limite è dato dal considerare le diverse sottoculture artistiche «più come un mosaico che come un collage» [Zolberg, 1990: 138] e dall'escludere l'analisi del conflitto, assimilandolo simmelianamente all'azione collaborativa. Rispetto alla visione interazionista di “mondo”, centrata sui processi di *sense making* di individui e gruppi che fanno le cose insieme, il concetto di “campo” come campo di rapporti di forza – sviluppato da Bourdieu a partire da un articolo del 1966 dal titolo *Champ intellectuel et projet créateur* – pone invece l'accento proprio sulle relazioni conflittuali che si instaurano tra gli occupanti quello spazio sociale secondo posizioni che sono definite dalla distribuzione del capitale e del potere [Santoro, 2003]; oltre ai rapporti di forza interni, ciascun campo poi è sottoposto a pressioni contraddittorie da parte di forze eteronome e autonome

⁶ Wolff [1981: 47] sottolinea che l'eccessiva attenzione per l'aspetto ideologico in relazione all'arte e alla letteratura «ha come suo corollario, una inspiegabile mancanza di interesse per i fattori istituzionali coinvolti nella produzione artistica e per i processi reali attraverso i quali l'arte – e la sua ideologia – sono prodotte». Interessante al riguardo il contributo di Eagleton, *Criticism and Ideology*, London, New Left Books, 1976, che pur facendo riferimento alle componenti ideologiche insite nel prodotto (letterario nel suo caso) considera altri (e più importanti) fattori connessi alla produzione e alla distribuzione. Kunz [2007] invece si concentra sui cosiddetti “conglomerati culturali” (Time Warner, General Electric, and News Corp.), sul loro eccessivo consolidamento (queste corporation sono proprietarie dei maggiori network di news via cavo e dei colossi cinematografici) e su regole del gioco che reputa «difettose» [*ibidem*: vii], sottolineando la crucialità di rispondere all'interrogativo “chi possiede i media?”.

⁷ «I mondi dell'arte sono costituiti dall'insieme dei soggetti la cui attività è necessaria alla produzione di determinate opere che in quel mondo, e forse anche in altri, vengono definite “arte”» [Becker, 1982: 50].

sicché «la maggior parte delle strategie letterarie è sovradeterminata e numerose “scelte” costituiscono dei colpi doppi, insieme estetici e politici, interni ed esterni» [Bourdieu, 1992: 279]. Ogni campo sociale si organizza come un universo autonomo, sviluppa forme di funzionamento proprie, e “ospita” al suo interno individui che vi si posizionano a seconda del loro capitale simbolico specifico (il livello di consacrazione) e in relazione alle posizioni occupate dagli altri attori nel medesimo campo; non solo la somma delle posizioni degli appartenenti al campo ne definisce l’assetto in termini di gerarchie, ma la posizione modella anche l’habitus, le aspirazioni e la percezione dello spazio dei possibili da parte di chi la occupa. In definitiva, superando sia le istanze marxiste, che riducono la cultura a riflesso della struttura, sia lo strutturalismo che spoglia l’opera dei condizionamenti temporali e sociali, considerandola indipendente dal punto di vista di chi l’ha prodotta e di quanti ne fruiscono, ma contrapponendosi anche ad altre nozioni, «come l’*epistème* di Foucault, l’*appareil* di Althusser o il “sistema” come lo intende Luhmann» [Boschetti, 2003: 57], il modello teorico di Bourdieu, minuziosamente elaborato in *Les règles de l’art*, sfrutta un ricco armamentario concettuale per riflettere sui campi di produzione culturale, «tra loro funzionalmente e strutturalmente omologhi» [Bourdieu, 1992: 229].

Nonostante la “copertura analitica” di tali campi sia stata altamente selettiva e sbilanciata in favore della cosiddetta “produzione ristretta” [Hesmondalgh, 2006], non mancano interessanti esempi del tentativo di mutuare alcuni elementi della teoria dei campi, quali appunto i concetti di posizione, habitus, traiettorie sociali, principio di legittimità, fino alla dicotomia spaziale tra centro e periferia elaborata anche in termini geografici in relazione all’ubicazione dei centri di produzione cinematografica [Scott, 2000; 2004]. Mi riferisco sia agli studi sul campo giornalistico (*champ journalistique*) o campo mediale (*champ médiatique*)⁸ condotti dai collaboratori di Bourdieu⁹, sia all’applicazione da parte di altri studiosi non direttamente collegati alla “scuola francese” a (sotto)campi mediali afferenti alla “produzione di massa” e lontani dal giornalismo, come la cinematografia [Heise e Tudor, 2007], la letteratura [Anheier, Gerhards e Romo, 1995; Hemmungs Wirtén, 1998], la musica [Moore, 2007], in contesti storici e geografici differenti, spesso considerati in termini comparativi. È anche a questi lavori che farò riferimento nel corso del secondo paragrafo.

Resta indubbio che sia Becker che Bourdieu «avanzano una concezione dissacrante e democratica dell’“arte”, intesa come effetto di processi sociali e collettivi», e sgonfiano il mito del genio artistico riconducendolo «da un lato, a meccanismi di produzione collettiva della reputazione, dall’altro, ad una vera e

⁸ Il primo termine è usato più frequentemente del secondo.

⁹ Gli studi sul campo giornalistico e sul suo potere “tentacolare” sono raccolti in particolare in due numeri monografici della rivista fondata da Bourdieu, «*Actes de la Recherche en Sciences Sociales*», dal titolo *L’emprise du journalisme* e *Le journalisme et l’économie*, rispettivamente del 1994 e del 2000. L’obiettivo principale della teoria dei campi applicata al giornalismo consiste nella disamina di come «questo campo, a sua volta dominato dalle costrizioni del mercato, modifichi più o meno profondamente i rapporti di forza all’interno dei diversi campi, influenzando su ciò che in essi viene fatto e prodotto ed esercitando effetti molto simili in universi molto differenti da un punto di vista fenomenico» [Bourdieu, 1994: 3]. Questi studi documentano quindi la drastica riduzione della componente autonoma del campo e riflettono sulle risorse di esso [Couldry, 2003; 2007] oltre che sulle correlazioni mutevoli tra il campo mediatico e gli altri campi di produzione culturale [Benson, 1999].

propria ideologia del mondo artistico, funzionale alla creazione del valore dell'arte e alla costruzione e riproduzione delle gerarchie sociali anche attraverso l'attivazione di quello che Bourdieu ha chiamato il capitale culturale» [Santoro e Sassatelli, 2009: 29]. Entrambi quindi, per dirla con le parole dello stesso Becker, mettono in questione «il postulato dell'autonomia [dell'arte] da vincoli economici, politici e organizzativi» [Becker, 1982: 55]: il tentativo dei paragrafi 1 e 2 di questo capitolo sarà dunque di pervenire ad una «sintesi utilizzabile» [Zolberg, 1990] dei loro contributi.

Per definire la natura sociale ed insieme economica della produzione artistica risulta infine altrettanto utile il concetto di “industrie culturali”. Prendendo le distanze dall'originale accezione (negativa e al singolare) con cui Horkheimer e Adorno [1947], e con loro gli esponenti della Scuola di Francoforte, sottolinearono il compenetrarsi di cultura e industria nella modernità capitalistica – di qui appunto “The Culture Industry” che scelsero come titolo di uno dei capitoli della *Dialettica dell'Illuminismo* – alcuni sociologi francesi [Morin, 1962; Miège, 1979; 1987] e con loro alcuni *policy makers*¹⁰ hanno adottato l'espressione “industria culturale” convertendola nella sua forma plurale, «per mostrare quanto siano complesse le industrie culturali e per identificare le differenti logiche che operano nei diversi tipi di produzione di cultura» [Hesmondhalgh, 2007: 16]. Quella che viene definita come la “mercificazione” (*commodification*) della cultura appare dunque meno semplice e “data” rispetto a quanto sostennero i due filosofi di tradizione hegeliana: dal momento che le industrie culturali continuano ad essere una zona di lotta continua, «complessa, ambivalente e contrastata» [*ibidem*: 17], in termini di relazioni produttive, divisione del lavoro, strategie promozionali e circolazione di capitali [Harvey, 1989: 346].

Non si dimentichi comunque che l'aggettivo “culturale” con cui si definiscono le industrie come quella televisiva non è l'unica soluzione possibile: negli anni '80 e '90 era, ad esempio, particolarmente in voga l'espressione “industrie dell'informazione” [Sadler, 1997; Schiller, 1994], nonostante alcuni di coloro che la usarono riconobbero che porre l'accento solo sull'informazione rischiava di marginalizzare l'importanza dell'intrattenimento (e infatti negli Stati Uniti si parla anche di “*entertainment industries*”) e degli aspetti culturali ed artistici della produzione stessa [Wasko, 1994]; viceversa, appare nel nostro caso troppo dispersivo l'uso di “*leisure industries*” che include tutte le industrie fornitrici di “passatempo” e accorpa insieme tre grandi aree, il turismo, i media, l'andare fuori (a bere, a mangiare, ecc.), e altri passatempo “minori”, dallo shopping alle scommesse, dallo sport all'arte [Roberts, 2004]. Da una decina d'anni infine è entrato nel linguaggio accademico il discusso epiteto di “industrie creative”¹¹, con cui si indicano quei settori industriali «che producono e distribuiscono prodotti e servizi cui viene in generale associato un valore culturale, artistico o semplicemente di intrattenimento» [Caves, 2000: 1]. L'espressione, usata nel 1998 dal neonato “Department of Culture, Media and

¹⁰ L'UNESCO ha sponsorizzato alla fine degli anni Settanta un programma internazionale comparativo sulle industrie culturali, culminato in una conferenza sul tema a Montreal nel giugno 1980 e pubblicata due anni più tardi col titolo *The Cultural Industries* [cit. in Hesmondhalgh, 2007: 16].

¹¹ Si noti che l'accezione *Creative Industries* che dà il titolo al testo di Caves è stata tradotta in italiano al singolare (*L'industria della creatività*).

Sport” (nuova denominazione del vecchio “Department of National Heritage”) istituito dal governo britannico all’indomani della vittoria dei laburisti¹², poneva definitivamente al centro dell’agenda politica: l’importanza strategica dei produttori di beni simbolici per dare nuova linfa alle economie nazionali post-industriali; la questione del “copyright” [Garnham, 2005]; la necessità della formazione (e di relative politiche educative per la promozione scolastica della creatività) e di un ripensamento del ruolo dei “lavoratori creativi” [Pratt, 2005]. Non mi dilungherò sul dibattito che l’utilizzo del termine ha sollevato¹³: da parte mia, reputo l’espressione eccessivamente carica di una valenza politica e programmatica e, viceversa, come sostiene anche Pratt [*ibidem*: 33], dotata di uno scarso valore analitico in sé¹⁴; per questo sono convinta che, nonostante le difficoltà di definizione del termine “cultura”¹⁵, l’espressione “industria culturale” resti la più adatta a definire il mezzo televisivo per come si intende analizzarlo in questo lavoro.

Anche l’approccio della produzione culturale (*production-of-culture approach*), collocabile tra gli “approcci istituzionali” che «enfaticizzano l’azione collettiva e l’organizzazione di risorse sociali nella produzione di beni simbolici» [Griswold, 1987a: 2], fa in qualche modo uso di questa denominazione: analizzando i meccanismi che producono la «cultura normale» [Peterson, 1976: 673], da un punto di vista sincronico o diacronico, questa prospettiva osserva da vicino «la struttura delle industrie culturali nazionali e la gestione delle organizzazioni nell’ambito dei mercati nazionali al fine di determinare i loro effetti sui prodotti culturali» [Crane, 1992: 75], ovvero riflette “apoliticamente” su quel «complesso apparato interposto tra i creatori di cultura e i consumatori» [Peterson, 1978: 295]¹⁶. Se consideriamo il modello di produzione simbolica a sei

¹² Una delle prime azioni del *department* fu di istituire una cosiddetta “Creative Industries Task Force” (CITF) che delimitò il proprio campo di competenza definendo le industrie creative come «quelle attività che si originano dalla creatività, competenza e talento individuali e che possiedono un potenziale per la creazione di ricchezza e di lavoro attraverso lo sfruttamento della proprietà intellettuale» [DCMS, 1998 cit. in Pratt, 2005: 33].

¹³ Oltre a Garnham [2005], si rimanda a Hesmondhalgh e Pratt [2005]; Pratt [2005]; Cunningham [2009] e sul recente dibattito per una nuova definizione o un superamento del concetto di “*creative industries*” a Banks e O’Connor [2009]; O’Connor [2009]; Oakley [2009].

¹⁴ Pratt sostiene infatti che risulta difficile identificare un’industria o un’attività che sia non-creativa; nonostante lo stesso si possa dire del termine industrie culturali (quale industria, si chiede, potrebbe essere descritta come non avente una dimensione culturale?), quantomeno ad esse è sottesa l’attività di produrre un oggetto “culturale”, mentre l’oggetto delle industrie creative si direbbe essere la creatività in sé.

¹⁵ Il dibattito sviluppatosi intorno al concetto di “cultura” è decisamente ampio, spaziando da Geertz a Bourdieu, da Williams a Sahlins, da Clifford e Marcus ad Alexander, solo per fare una manciata di nomi; sarebbe quindi impossibile racchiuderlo nello spazio di una nota. Rimando all’*excursus* proposto da Santoro e Sassatelli [2009] e ai contributi di Mukerji e Schudson [1986]; Swidler [1986]; Griswold [1987a; 1994]; Schudson [1989]; Crane [1992]. Per un approfondimento si vedano anche J. C. Alexander e S. Seidman (a cura di), *Culture and Society. Contemporary Debates*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990; M. D. Jacobs e N. W. Hanrahan (a cura di), *The Blackwell Companion to the Sociology of Culture*, Oxford, Blackwell, 2005.

¹⁶ Come osservano Santoro e Sassatelli [2009: 27] la posizione di questa prospettiva di studi culturali è senza dubbio più neutrale (“depolicizzata” appunto) rispetto a quella della Scuola di Francoforte e dei *cultural studies* britannici. Questo approccio è stato criticato proprio per l’eccessiva tendenza all’empirismo, la mancanza di un’elaborazione teorica forte, ovvero «una reale debolezza nella capacità esplicativa ed una miopia ideologica» [Wolff, 1981: 49], oltre che per la mancata considerazione della “specialità” dei processi creativi, del significato delle

facce che riassume le possibilità di ricerca e i contributi in diverse direzioni degli studi di questo tipo (tecnologia, legge e regolamentazione, struttura industriale, struttura organizzativa, carriere occupazionali, e mercato) [Peterson e Anand, 2004], direi che le “industrie culturali” saranno in questa sede considerate almeno sotto tre aspetti: primo, quello di «mercati culturali [che] reagiscono al mutamento sociale» [Griswold, 1994: 114], reazione che si riverbera nella produzione stessa di una cultura situata; secondo, quello di «sistema dell’industria culturale», che funziona come schema analitico, composto delle organizzazioni e degli individui (sottosistemi) che producono e distribuiscono oggetti culturali (di massa) [Hirsch, 1972; 2000]; e terzo, quello di sistemi di carriera e reti di relazione tra professionalità, artistiche e non artistiche, alle quali è legata la formazione di «culture di produzione» [Fine, 1992]. L’approccio della produzione di cultura sarà uno dei riferimenti fondanti del terzo paragrafo che ai fini di questo lavoro integra le prospettive di Becker e Bourdieu ancorando l’analisi ai prodotti culturali di massa, alle industrie che li producono e agli individui che professionalmente li abitano. Esso apre di fatto la strada all’esplorazione che mi propongo di affrontare con questo lavoro.

Seguendo quindi un procedimento ad imbuto, il capitolo si chiude con il quarto paragrafo in cui viene finalmente introdotta la fiction televisiva, e con essa i protagonisti della tesi, ovvero gli sceneggiatori. Ho deciso infatti di dedicare uno spazio a parte alla produzione di programmi televisivi, in particolare ad una selezione degli studi che hanno per oggetto i cosiddetti *television drama* o, per dirla all’italiana, la fiction televisiva: contenuto televisivo e insieme forma d’arte popolare [Cantor, 1980: 104], racchiude in sé «una lotta commerciale e uno scambio tra diversi partecipanti: le tre reti principali, i fornitori di programmi [...] e il loro personale creativo, il governo [...], critici sociali e gruppi di cittadini», il pubblico [*ibidem*: 123]. A partire da questo assunto definirò quindi la posizione dello sceneggiatore, come artista/creatore e professionista/lavoratore, sulla stregua di altri lavori che si sono occupati di professioni artistiche e più in generale di alcuni contributi derivanti dalla sociologia delle professioni, *in primis* le considerazioni di Abbott [1988] sulla natura strategica dei gruppi professionali e di altri sulla professione interpretata come un sistema di interazione [Becker *et al.*, 1961; Corbin e Strauss, 1993] e come comunità occupazionale [Van Maanen e Barley, 1984], contributi che saranno ampiamente ripresi nei capitoli empirici (il terzo e il quarto) dedicati al mestiere dello sceneggiatore, alla sua carriera e alle sue reti relazionali.

produzioni culturali, delle dinamiche conflittuali e di sfruttamento e del contributo dato dai *fans* e dai consumatori in generale all’elaborazione del contenuto dei simboli culturali stessi. Per una critica su tale approccio rimando a: Jensen [1984: 107]; Alexander e Smith [2003: 298-299]; Hesmondhalgh [2007: 37-38]; per una risposta a tali posizioni si veda in Peterson e Anand [2004: 326-327]. Per ulteriori approfondimenti: R. Eyerman e M. Ring, *Toward a new sociology of art words: bringing meaning back*, in «Acta Sociologica», vol. 41, 1998; V. D. Alexander, *Sociology of the Arts*, Oxford, Blackwell, 2003; J. Kaufman, *Endogenous explanation in the sociology of culture*, in «Annual Review of Sociology», vol. 30, 2004.

1.1. Un “mondo dell’arte” che coopera ad un prodotto indeterminato

Ho scelto di iniziare quello che considero un percorso di avvicinamento all’oggetto di studio di questo lavoro da una (ri)lettura del sociologo che più di altri ha influenzato le mie riflessioni, Howard Becker. In questo paragrafo discuterò dunque della complessità delle reti di cooperazione che impregnano il processo di costituzione di ogni opera d’arte, tentando di riutilizzare alcune suggestioni contenute in particolare ne *I mondi dell’arte* [1982] in applicazione a quel “mondo” che, complessivamente inteso, può dirsi autore di una fiction televisiva.

L’*anima relazionale* dell’arte – «l’arte è sociale non perché è determinata da variabili sociali, ma perché è il prodotto di un lavoro collettivo» [Becker, Faulkner e Kirshenblatt-Gimblett, 2006: 3] – è infatti il primo e fondamentale assunto beckeriano, caratteristica peraltro non esclusiva del nostro contemporaneo¹⁷. Oltre all’artista, rientrano così in questa «azione negoziata, collettiva e plurale» [Trasforini, 2007: 28] i suoi collaboratori, i committenti, i critici, il pubblico, che con l’artista condividono alcuni degli strumenti conoscitivi necessari per discutere, valutare e recepire l’opera [Becker, Faulkner e Kirshenblatt-Gimblett, 2006: 2]¹⁸; ma anche coloro che hanno creato le forme (estetiche) usate, il clima storico politico in cui l’artista scrive, dipinge, scolpisce, ecc., i materiali e la tecnologia di cui ha bisogno per farlo, i costruttori delle apparecchiature (nel caso di un film: microfoni, telecamere, mixer, carrelli, tessuti, ecc.), chi ha istruito il personale artistico, e così via. È chiaro che questo procedimento potrebbe procedere all’infinito ampliando a dismisura soggetti e attività, elementi rilevanti che hanno preceduto o seguito la produzione dell’opera; per questo è necessario che il ricercatore stabilisca dei paletti individuando un punto d’inizio e di fine del suo “mondo” di speculazione. Questa operazione, del tutto arbitraria, avviene sulla base degli interrogativi di ricerca, del materiale e del tempo a disposizione [Becker, 2003]: nel mio caso ho collocato a monte (*upstream*) della traiettoria da studiare «il concepimento dell’idea dell’opera» [Becker, 1974: 768] e a valle (*downstream*) il confezionamento ultimo del prodotto pronto per la messa in onda, scegliendo come punto cardine tra i due terminali il momento in cui «il lavoro lascia le mani di colui che convenzionalmente è identificato come il creatore» [Becker, 2003], o meglio *uno* dei creatori (ovvero lo sceneggiatore). Questo significa che nel nostro “mondo dell’arte” rientra tutto ciò che ha a che fare con la storia scritta su carta a partire dal momento in cui si decide che essa è “degn” di venire raccontata fino a quando diventa una storia per immagini pronta ad essere collocata nel palinsesto stagionale di una rete. Rimangono invece *fuori* dal mio

¹⁷ Trasforini nota come «la fine dell’estetica razionalista dell’*art pour l’art*» si respirasse già in alcuni dipinti della seconda metà dell’Ottocento, dove l’artista raffigurava se stesso «al centro fisico e metaforico di una rete di relazioni sociali e amicali, piuttosto che in una posizione di ispirato e romantico isolamento» [ivi].

¹⁸ Il criterio analitico individuato originariamente da Becker [1978] per distinguere le arti dall’artigianato si basava su: (1) le caratteristiche distintive degli oggetti in sé, pensati, nel caso dell’arte, per riflettere il punto di vista dei loro creatori, interessati primariamente alla realizzazione di qualcosa di bello o almeno espressivo (2) la relazione tra il produttore (di oggetti artistici) e i fruitori [Silver, 1979: 1453].

spettro analitico sia il pubblico che la critica, che saranno presenti solo nell'immagine che di loro hanno gli artisti che stanno *dentro* il mondo considerato. A questo punto sarà necessario «cercare i tipi di lavoratori che caratterizzano [il mondo artistico] e l'insieme di compiti che ciascun tipo svolge» [1982: 24]. Soffermandosi sulla divisione del lavoro nella produzione di un oggetto artistico, divisione che può essere più o meno capillare a seconda dell'oggetto in questione, Becker distingue innanzitutto tra gli “artisti” e il “personale di supporto”, termine militaresco con cui indica una sorta di serbatoio di collaboratori chiamati ad assistere l'artista. La discriminante tra le due categorie sta nel fatto che la prima svolge le attività centrali; i rappresentati della seconda comunque possono a loro modo sentirsi artisti in quel che fanno, dal momento che spesso hanno studiato *da artisti* e che, come nel caso degli *editor* di testi letterari, si assumono la responsabilità di decisioni importanti che influenzano il risultato finale.

Più precisamente, l'artista «si preoccupa del risultato sul piano estetico e dell'effetto dell'opera sulla sua reputazione artistica». Quanto al personale di supporto, se è strutturato in modo permanente in una delle organizzazioni che produce l'oggetto artistico, «valuta la partecipazione a un progetto alla luce delle possibili ripercussioni sulla propria carriera all'interno dell'organizzazione nel lungo periodo» [*ibidem*: 99], se opera invece da *freelance*, si troverà a far fronte al rischio di lavorare ad intermittenza, con lunghi tempi morti, cercando di costruire intorno a sé rapporti privilegiati e di fiducia sia con altri collaboratori sia con gli artisti [*ibidem*: 103].

Proviamo a questo punto ad esemplificare lo schema fin qui delineato applicandolo al caso della produzione di una fiction televisiva. Le personalità coinvolte sono molteplici, tanto che, l'ho già detto, non è possibile individuare un Artista dominante in senso stretto¹⁹: per ora generalizziamo dicendo che i principali artisti – tutti “integrati”²⁰ – sono il regista, lo sceneggiatore e gli attori. La loro azione combinata è resa possibile grazie a due organi strutturati in modo formale che funzionano da «protettori e organizzatori di creatività» [Feuer, 1976: 53]: da una parte, la rete televisiva che commissiona, finanzia e distribuisce il programma attraverso una struttura interna di produttori ed editor²¹, e dall'altra, la casa di produzione indipendente incaricata di confezionarlo, che oltre ai dipendenti fissi (il cui numero varia a seconda delle dimensioni societarie) si avvale di una squadra di lavoro costituita *ad hoc* per ogni prodotto che si compone di scenografi, costumisti, truccatori, attrezzisti, direttore della fotografia, tecnici del suono e delle luci, montatore, musicisti, ecc. Come afferma Becker, e come vedremo nel corso di questo lavoro, il personale di supporto assunto stabilmente tenderà a sviluppare un atteggiamento protezionistico teso all'interesse del proprio datore di lavoro, mentre chi lavora “a progetto” sarà piuttosto impegnato a

¹⁹ Becker porta l'esempio di Aljean Harnetz che nel suo studio sulla realizzazione del *Mago di Oz* sostiene che la vera struttura portante del film è data addirittura dalle musiche.

²⁰ «Coloro che lavorano in un mondo dell'arte organizzato sono per lo più, per definizione, professionisti integrati, dato che nessun mondo artistico potrebbe continuare a esistere senza avere sempre a disposizione persone in grado di realizzare i prodotti che lo caratterizzano» [Becker, 1982: 249].

²¹ Le strutture organizzative interne alle reti che si occupano del prodotto fiction e la relativa divisione dei ruoli saranno descritte in dettaglio al paragrafo 2.3.

dimostrare affidabilità e cura nel portare a termine la mansione che gli è richiesta per quello specifico progetto, perché solo costruendo reti informali di stima e fiducia si garantirà la possibilità di essere richiamato nel progetto successivo sulla base di una sorta di spirale verticale della “raccomandazione” data dalla conoscenza pregressa (il regista se ha lavorato bene con un direttore alla fotografia lo coinvolgerà anche in lavori futuri, e questi chiederà di essere coadiuvato dagli elementi più validi con cui ha già lavorato secondo l’arcinoto principio per cui “squadra che funziona non si cambia”).

Per completare questo quadro di divisione generale dei ruoli proviamo ora a seguire lo schema proposto da Harry Silver [1979] e riportato nella tabella 1.1, come sintesi delle categorie individuate da Becker all’interno dei mondi dell’arte [1978; 1982]. Cercando di collegare, non senza qualche forzatura, queste cinque figure – artigiano, artigiano-artista, artista commerciale, artista accademico, e “*fine*” artist – ai numerosi professionisti che contribuiscono alla produzione di una fiction televisiva, direi innanzitutto che tra i collaboratori di supporto troviamo sia artigiani “normali” (per usare l’aggettivo con cui Becker delinea il prototipo del non-artista) che artigiani-artisti (*artist-craftsman*): entrambi svolgono attività utili alla realizzazione finale dell’opera per la quale sono stati chiamati a lavorare e hanno dimostrato un’ottima padronanza dei materiali e delle tecniche di lavorazione, ma i secondi «nutrono ambizioni più elevate rispetto agli artigiani normali» e «individuano una continuità fra la loro attività e quella degli artisti» [Becker, 1982: 296]. Apparterranno ad esempio a quest’ultima categoria il direttore della fotografia, l’aiuto regista, chi fa l’*editing* delle sceneggiature, e il montatore; mentre i sarti, i costruttori materiali delle scenografie, gli assistenti al trucco, i microfoniisti possono essere considerati dei semplici artigiani. Spostandoci sul versante artistico, se non c’è traccia nel nostro “mondo dell’arte” dei virtuosi artisti accademici, quasi tutti invece possono considerarsi in qualche modo artisti commerciali [Griff, 1960], subordinati alle richieste del pubblico e della committenza, in generale ben pagati, abituati a lavorare con ritmi incessanti e su prodotti anche molto diversi tra loro (lo sceneggiatore e il regista di fiction ad esempio possono passare dalla soap opera alla serie poliziesca, dalla miniserie in costume alla commedia romantica), ma meno attenti all’originalità e alla bellezza estetica dell’opera. Si tratta naturalmente di una generalizzazione: tra gli artisti commerciali, pur entro i vincoli che caratterizzano una produzione televisiva, non mancano personalità che si avvicinano ai “*fine*” artist descritti da Becker, disposti cioè anche ad una retribuzione più “modesta” pur di esprimere la propria visione estetica nell’opera di cui sono autori e di veicolare un messaggio per un pubblico alle cui richieste non si piegano in modo pedissequo.

Tab. 1.1. Schema riassuntivo delle categorie individuate da Becker

“Practitioners”	Interesse dei produttori come funzione delle qualità degli oggetti che producono			Interesse dei produttori a soddisfare le richieste dell’audience
	Utilità	Virtuosità	Bellezza	
Artigiano	+	+/-	-	+
Artista-artigiano	+	+/- *	+	+
Artista commerciale	+	+	+/-	+
Artista accademico	-	+	+	+/-
“Fine” artist	-	+/-	+	- **

* Questo sarà più spesso un (+).

** È il caso ideale (nella realtà influenze di un qualche tipo sono quasi sempre presenti).

Fonte: Silver [1979: 1454].

Alla definizione dell’insieme di attività che artisti e personale di supporto svolgono va data anche una connotazione storica, dal momento che la divisione dei compiti può variare sia nel tempo sia a seconda della modalità artistica di espressione: il discorso che Becker [1982: 24-27] fa rispetto ai rapporti tra la composizione e l’esecuzione della musica (attività per lo più separate e svolte da professionisti diversi nella musica sinfonica, mescolate insieme nell’improvvisazione jazzistica, successive ma portate a termine dalla stessa persona nella musica rock) trova una felice applicazione anche nel nostro “mondo dell’arte”. Semplificando una situazione che sarà chiarita nei capitoli successivi, possiamo distinguere le due attività “artistiche” di *composizione* (la scrittura) ed *esecuzione* (la regia) di opere audiovisive e osservare come esse varino a seconda del formato comunicativo e di una serie di aspetti contestuali di cui il ricercatore non può non tenere conto: si va dal caso di un film per il cinema dove sceneggiatore e regista spesso coincidono al caso opposto proprio delle serie lunghe come le soap opera dove sia la scrittura che la regia vengono di norma suddivise tra un numero consistente di professionisti.

Fin qui ho cercato di definire un mondo dell’arte a partire dalla divisione delle attività e degli individui che le svolgono, osservando come il confine sia tra artista e non-artista sia tra i ruoli lavorativi che l’artista assume nella costruzione di un’opera non è dato bensì situato e mutevole. Vorrei ora concentrarmi sul lavoro artistico in sé soffermandomi prima sul concetto di “convenzione” ad esso sotteso e poi osservandolo nell’ottica processuale della scelta.

Quel che incide innanzitutto sul lavoro dell’artista sono le convenzioni, da *intendersi* come «precedenti accordi divenuti abituali, che fanno ormai parte della prassi convenzionale di quel settore artistico» [*ibidem*: 45]. Esse regolano da un lato il patto di fiducia tra l’artista e il pubblico e dall’altro aiutano a prendere decisioni in modo rapido e ad organizzare il lavoro secondo determinati standard. È evidente che, per quanto riguarda le convenzioni del primo tipo, il pubblico di una fiction italiana che va in onda in prima serata su Rai Uno si aspetta un racconto visivo che si collochi all’interno di un certo tempo del palinsesto (il

prime time non inizia mai prima delle 21.15 e non finisce mai prima delle 23.30) e che rispetti alcune (tacite) regole narrative: da spettatore ad esempio mi aspetterò, se guardo un giallo, dei colpi di scena, delle false piste, la soluzione del caso (o una buona motivazione per la non risoluzione), mentre se scelgo una storia d'amore, dei conflitti tra innamorati, un antagonista o un evento avverso, un *happy end* (o una buona motivazione per la fine dell'amore). Le convenzioni che in questo lavoro saranno maggiormente considerate sono però quelle di tipo produttivo: qui il concetto stesso di "convenzione" può essere sostituito da quelli di «norma, regola, interpretazione condivisa, abitudine, costume», che fanno riferimento «a idee e conoscenze condivise da molte persone, attraverso le quali sono possibili le attività di collaborazione» [*ibidem*: 46-47]. Può trattarsi di semplici forme di standardizzazione – per le quali Becker fa esplicito richiamo alla nozione di convenzione data dal filosofo David K. Lewis come «modi codificati di fare le cose che sono caratteristici di ogni arte» [*ibidem*: 72-73] – relative ad esempio all'attrezzatura da usare (una sceneggiatura oggi si scrive al computer) o al modo in cui usarla per ottenere un dato effetto (lo sceneggiatore sa quale stile di formattazione usare per una pagina di sceneggiatura). Rientra tra le convenzioni produttive anche quell'intrigante sistema di norme non-dette ma note, quel "*si fa*" (ma anche "*si sa*") che l'artista apprende prima con la formazione e poi nell'esperienza di lavoro quotidiana: è proprio la condivisione di linguaggi e pratiche a rendere possibile il dialogo professionale, ad agevolare lo svolgersi dei lavori intorno all'oggetto artistico, a facilitare la soluzione dei problemi [Becker, Faulkner e Kirshenblatt-Gimblett, 2006: 19], tanto che alcune pratiche sono talmente convenzionali da tradursi in "automatismi"²². Becker considera poi convenzioni anche le forme di censura politica o mediata dallo stato in difesa di alcune sue categorie di cittadini (i bambini, un certo gruppo professionale, ecc.): la maggior parte degli artisti infatti avrà interiorizzato a tal punto questo vincolo (etico, morale, politico) da considerarlo normale e da agire (convenzionalmente appunto) all'interno di esso (autocensura), sapendo che non potrà prendere posizione su alcuni temi "caldi" dell'agenda politica, che dovrà mantenersi entro i limiti del decoro verbale e visivo, e così via. Sia chiaro: nessuna convenzione è fissata per sempre. Ognuna infatti, nel suo facilitare il lavoro e al tempo fissarne i limiti, è fonte di interpretazioni e negoziazioni: «si possono sempre fare le cose diversamente – avverte infatti Becker [1982: 49] – se si è disposti a pagarne il prezzo in termini di maggiore sforzo o minore circolazione dell'opera». La rottura delle convenzioni quindi, operazione faticosa e di non immediato effetto, è quella che rende possibile il cambiamento, è uno stimolo sempre aperto all'innovazione, che può avere come conseguenza estrema la creazione di nuovi mondi dell'arte, a parte.

Ogni prodotto, nell'ottica beckeriana, va dunque considerato sulla base delle scelte che la sua produzione ha reso necessarie e del *range* di possibilità disponibili ad ogni scelta, dal momento che ciascun "mondo dell'arte" limita le opzioni tra le quali prendere una decisione e insieme offre valide motivazioni per

²² «Per questo – spiega il sociologo – non sempre gli artisti riescono a esprimere a parole i principi generali su cui fondano le loro scelte [...] e ricorrono ad affermazioni poco esplicative come "va meglio così", "mi sembrava buono", "funziona". [...] Eppure tutti coloro che praticano un'arte usano termini che non riescono a definire esattamente, ma che sono ugualmente comprensibili a chi è del settore» [Becker, 1982: 218].

compiere una scelta anziché un'altra [Becker, 2006: 26]. È il cosiddetto «principio della fondamentale indeterminatezza del lavoro artistico» [*ibidem*: 23-24] in base al quale esso può assumere diverse forme e diventa ciò che è in virtù di un atto di definizione collettiva, che coinvolge artisti, tecnici, pubblico. «L'opera viene così concepita come il punto geometrico di decisioni, interventi, interpretazioni multiple che designano un intero mondo dell'arte come suo autore» [Trasforini, 2007: 28]: il «lavoro artistico in sé», inteso come «uno degli attori coinvolti nel *drama* della sua stessa produzione» [Becker, Faulkner e Kirshenblatt-Gimblett, 2006: 3], incorpora tutto quello che è accaduto nel suo farsi. Guardare al lavoro artistico (*artwork*) come ad un processo piuttosto che ad un oggetto giustifica l'utilizzo della nozione di “carriera” mutuata dall'ambito occupazionale: «ci sono sequenze tipiche di movimento e cambiamento nella storia di ogni lavoro artistico, e queste sequenze forniscono, analiticamente, una serie di punti in cui si possono osservare dei bivi o delle modalità per cui il lavoro poteva svolgersi diversamente, se qualcosa fosse andato diversamente, se qualcuno si fosse comportato diversamente» [*ibidem*: 5]. L'intero processo di scelte che porta al prodotto finale, «indipendentemente da chi opera la scelta e dal momento in cui questa viene operata» [Becker, 1982: 217], prende il nome di *editing*²³. Quindi un'opera, è bene sottolinearlo nuovamente, è il risultato sia delle scelte dell'artista che degli altri-significativi: il primo, nel prenderle, tiene conto delle reazioni che esse genereranno e che vengono esperite come «atti piuttosto che come decisioni vere e proprie» [*ibidem*: 223], mentre le scelte dei secondi assumono spesso la forma di limitazioni e/o *misunderstanding*, ovvero scelte interpretative differenti rispetto alle intenzioni originarie dello sceneggiatore. Questo significa che il lavoro dello sceneggiatore, e dell'artista in generale, è un lavoro di scrittura e riscrittura continua [Kohn, 2000], ovvero di creazione e di *editing* (in senso beckeriano), di innovazione e *routines*, inestricabilmente fusi insieme. Da questo punto di vista sono da tenere in considerazione, come indici del processo creativo, anche gli studi preparatori, i bozzetti, gli schemi, gli appunti ovvero quei “frammenti” che disseminati lungo la carriera di un prodotto si rivelano come tracce, da un lato, della negoziazione e di un aggiustamento in risposta alle convenzioni e, dall'altro, di spontaneità, sincerità e creatività dell'artista [Gross, 2006]. Ed è parimenti importante porsi l'interrogativo di quando il lavoro di un artista, passato attraverso stadi successivi di creazione, possa considerarsi finito: il sociologo francese Pierre-Michel Menger [2006] analizza a questo scopo l'opera di Rodin, noto per non aver mai completato le sue sculture, e illustra quanto possa essere indeterminato il concetto di “arte finita”. Se pensiamo agli sceneggiatori, a maggior ragione, possiamo affermare che l'incompiutezza fa parte del loro mestiere (come si vedrà in particolar modo nel quinto capitolo), dal momento che la sceneggiatura è un artefatto (artistico) ontologicamente deficitario della sua parte visiva, senza la quale resta niente più che un blocchetto di fogli in un cassetto.

Concludendo, il merito di Becker sta indubbiamente nell'aver tolto l'artista dal piedistallo in cui la storia (dell'arte) l'aveva relegato, rischiando secondo

²³ Nel presente lavoro non adoterò questo termine, semplicemente perché con esso viene designata una fase specifica del lavoro sulla sceneggiatura, e non in generale l'operazione di sistemazione complessiva operata da figure diverse in momenti diversi della storia produttiva del prodotto.

alcuni di farne un soggetto passivo [Wolff, 1981] e lasciando secondo altri in ombra le zone di collaborazione (o di conflitto) tra il mondo dell'arte e gli altri mondi sociali [Zolberg, 1990]. Per il presente lavoro, la lettura di Becker ha costituito uno stimolo «a pensare in maniera relazionale e non sostanziale» [in Giglioli, 2002: 625] con un invito ad accogliere almeno tre aspetti cruciali, che ho cercato di evidenziare in questo paragrafo facendoli dialogare direttamente con il “mondo dell'arte” di cui mi occupo: primo, la presenza di artisti e non-artisti (il “personale di supporto”) e la linea sottile che spesso li separa; secondo, la crucialità delle convenzioni in quanto regole condivise e tacite conoscenze che contribuiscono a delimitare i confini stessi di un mondo; terzo, il concetto di “carriera” applicabile non solo all'artista (come sarà approfondito nel terzo capitolo) ma anche al prodotto stesso, come risultato di accumulazioni successive e frutto di scelte continue, operate dall'artista in questione e da altri, artisti e non-artisti.

1.2. Per un'applicazione della teoria dei campi ai *media fields*

Sembrerà contraddittorio ma se Becker è fondamentale per il forte potenziale collaborativo che accredita ai “mondi dell'arte” e per la condivisione di linguaggi e pratiche che li strutturano, a Bourdieu ci rivolgiamo per riflettere sulle dinamiche conflittuali interne al campo sociale studiato e sull'interazione tra questo e gli altri (sotto)campi della produzione culturale e con quello economico e politico, che, declinato nel campo del potere, influenza con gradi diversi di determinazione tutti i campi, anche i più autonomi. In estrema sintesi, Bourdieu ci “fa gioco” per i meccanismi di lotta interni ed esterni a quella costellazione di «relazioni oggettive (di dominio o di subordinazione, di complementarità o di antagonismo ecc.) fra posizioni» [1992: 307], che chiamiamo *campo*. Ho detto nell'introduzione al capitolo della scarsa attenzione che Bourdieu e i suoi accordarono al campo della produzione di massa, cosa che rappresenta uno dei più forti limiti del modello della teoria dei campi ma anche una sfida riflessiva interessante per quanti si sono cimentati nel tentativo di allargare l'edificio teorico del sociologo francese applicandolo a realtà più complesse, ovvero più “eteronome”, sfaccettate e ampie, del campo dell'arte e della letteratura²⁴. L'intento di questa sezione consiste proprio nel rielaborare gli aspetti di questo modello che in modo più convincente mi hanno guidata nella comprensione del mio oggetto di studio. Nel dettaglio, procederò in tre direzioni: primo, considerando il campo della produzione di massa entro cui il prodotto fiction è inserito; secondo, individuando il campo entro cui si muovono i cosiddetti “produttori culturali” (nel nostro caso gli sceneggiatori) fatto di posizioni, livelli di consacrazione, forme di capitale posseduto; terzo, trattando la spazialità del campo, sia sociale che geografica, in termini di opposizione tra centro e periferia.

²⁴ Non è mia intenzione soffermarmi sui nodi problematici e le critiche sollevate nei confronti della teoria dei campi, definita tra l'altro come «una raccolta di nuove partenze e pochi arrivi» [DiMaggio, 1979: 1466], ovvero più utile a generare ipotesi di ricerca che a confermarle. Per un'analisi critica del lavoro di Bourdieu rimando a DiMaggio [1979]; Marlière [1998]; Benson [1999]; Hesmondhalgh [2006]; Couldry [2007].

La fiction televisiva è innanzitutto un «settore» situato nel sottocampo della «grande produzione orientata alla soddisfazione delle attese del grande pubblico» [Bourdieu, 1992: 186], al pari del giornalismo, ma anche del romanzo di appendice e del *vaudeville*. È la parte più eteronoma e dominata del campo, ovvero la più esposta alle leggi del mercato [Santoro, 2003: 71], alle pressioni politiche, alla mediazione dei cosiddetti “nuovi intermediari culturali” [Bourdieu, 1979; Hesmondhalgh, 2006: 226-227]²⁵, all’imporsi di una *mentalité audimat* [Champagne, 2000a] che mira a suscitare l’interesse di un’audience più vasta possibile, ricorrendo ad esempio ad un linguaggio semplice, ad immagini forti, a tematiche di largo interesse e sicura presa [Champagne e Marchetti, 1994]. È noto il “disamore” di Bourdieu per la televisione, «luogo di esibizione narcistica» [1996: 7] entro cui è venuta amplificandosi l’influenza da parte delle forze eteronome sull’intero campo mediale, con effetti profondi anche sugli altri campi della produzione (intellettuale, medica, giudiziaria, ecc.). Ciononostante non si può guardare alla fiction televisiva come ad un settore monolitico: a seconda del genere di prodotto, del suo formato, e di altri fattori contingenti (la rete su cui va in onda, l’orario della giornata, il periodo dell’anno, ecc.) varia la sua collocazione sull’asse autonomia/eteronomia, il grado della sua consacrazione e il pubblico che la fruisce, l’ampiezza del quale è sia in parte responsabile del volume dei profitti e sia la determinante il valore della consacrazione [Bourdieu, 1993: 50]. Consideriamo questi elementi come i principali assi su cui posizionare un certo prodotto come indicato in tabella 1.2 dove ho ripreso il modello “vuoto” che Heise e Tudor [2007] applicano al cinema britannico e brasiliano degli anni ’20 e ’30.

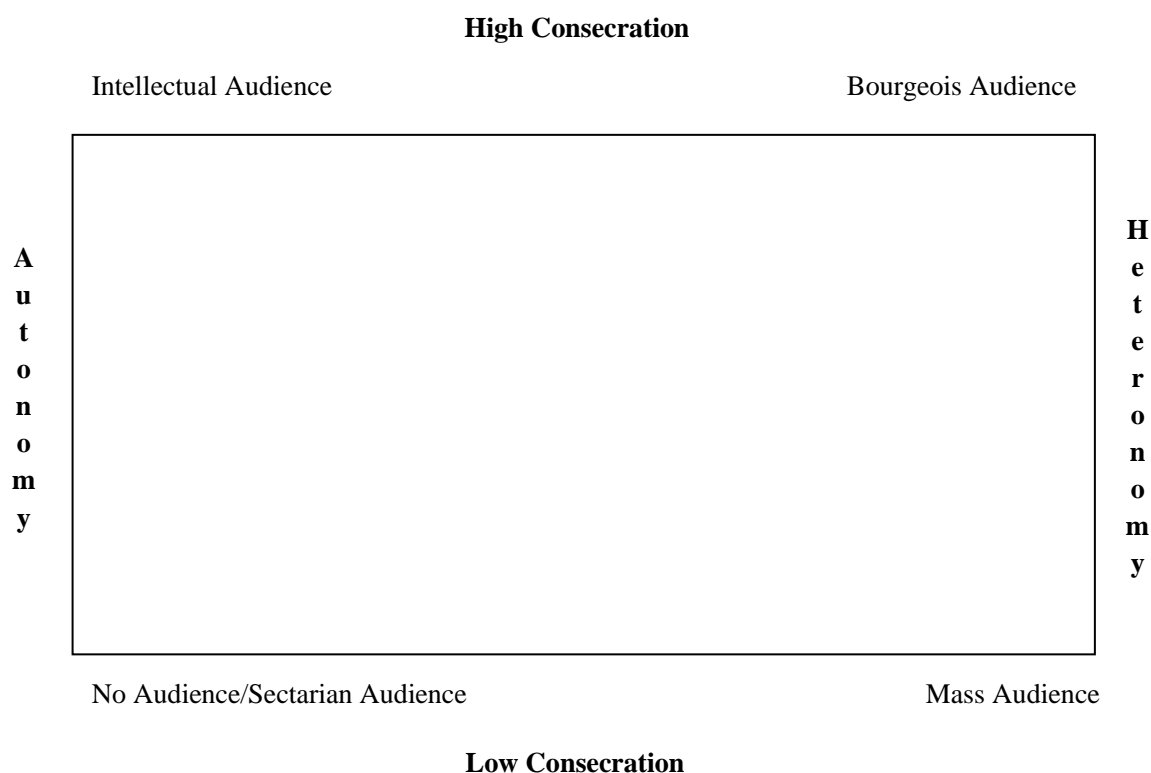
Potremmo affermare ad esempio che una miniserie sulla vita di Giovanni Paolo II realizzata per Rai Uno e una soap opera ambientata in un centro commerciale per il *daytime* di Canale Cinque saranno spostate verso il lato eteronomo del campo e legate ad una consacrazione di tipo “istituzionale”, con un’audience che avrà mediamente un capitale culturale, sociale ed economico più basso nel secondo caso; occuperanno invece la zona più autonoma del campo, caratterizzata da una consacrazione di tipo “carismatico”, una sitcom girata davanti ad una macchinetta del caffè in onda su Italia 1 e una serie (*collection*) di film “thriller-splatter” affidati ad un giovane regista visionario in onda su un canale a pagamento. È probabile che i prodotti del primo tipo siano associati a profitti economici più elevati dei secondi, ma questo non costituisce affatto una regola, così come il pubblico di nicchia (la logica di mercato non prevede una “produzione pura” rivolta al mercato ristretto della comunità di produttori)²⁶ che fruisce dei secondi può allargarsi fino a diventare di massa. Feuer [1984] e Gitlin [1983] osservano ad esempio che alcune serie televisive, come ‘*Lou Grant*’ (1977) o ‘*Hill Street Blues*’ (1981; tit. ita. ‘*Hill Street Giorno e Notte*’), furono pensate per un pubblico colto e che il “progetto creatore” ad esse sotteso si svolse in modo autonomo, salvo raccogliere ampi consensi popolari. Anche oggi molti

²⁵ Per un’lettura parzialmente diversa del concetto di intermediario culturale rispetto a quella data da Bourdieu rimando a: Negus [1992]; Ryan [1992]; Champagne [2000b]; Mora [2000].

²⁶ L’etichetta “*No-Audience*” del modello riportato in tabella, posta all’incrocio tra la massima autonomia e la minor consacrazione e corrispondente per Bourdieu al settore delle avanguardie artistiche, è stata infatti sostituita dagli stessi Heise e Tudor [2007: 172-173] dalla nuova etichetta “*Sectarian Audience*” nell’applicazione del modello al campo cinematografico.

programmi televisivi “di qualità” sono pensati e rivolti a quella che possiamo identificare come la frazione dominata della classe dominante, ma sono di fatto accessibili a tutti, data la distribuzione su larga scala del mezzo stesso. Il che dimostrerebbe come Bourdieu «non abbia tenuto in considerazione l’abilità da parte della produzione di massa di disseminare cultura consacrata» [Hesmondhalgh, 2006: 222] e come la suddivisione tra i due sottocampi (della produzione ristretta e della grande produzione) funzioni bene come griglia iniziale per la strutturazione del campo oggetto di studio, soprattutto per analizzarne la costituzione [Heise e Tudor, 2007; Santoro, 2000], dopo di che si deve tenere conto della proliferazione di sottocampi di produzione ristretta, di altri che si situano a metà strada tra un campo e l’altro e di altri ancora che, nati come di nicchia, sono poi entrati nel campo della produzione di massa, ad indicare che prestigio e popolarità non sono naturalmente in contraddizione [Duval, 2006]²⁷.

Tab 1.2. Griglia per una mappatura dei campi dell’arte



Fonte: Heise e Tudor [2007: 169] rielaborazione da Bourdieu [1992: 187]

²⁷ Solo Champagne [1995] ha riconosciuto, in una occasione, che la struttura fondamentale, che oppone i beni simbolici prodotti in risposta ad imperativi intellettuali interni ai beni prodotti per rispondere ad una richiesta esterna, si può ritrovare sia all’interno del sottocampo di massa che in quello della produzione ristretta; «ma la dinamica specifica di questa opposizione nella produzione di massa rimane inesplorata, qui e altrove» [Hesmondhalgh, 2006: 223].

Resta altresì fuori discussione il peso esercitato dalle forze “eteronome” sul campo della produzione televisiva, ovvero il potere con il quale altri campi sono in grado di “plasmare” e di agire sulla sua geografia interna, in particolare il campo economico (la televisione “muove” notoriamente grosse quantità di denaro e su di essa si concentrano gli interessi delle reti, degli inserzionisti pubblicitari, delle case di produzione, ecc.) e quello politico (sotto forma di pressioni dei partiti e dei gruppi di potere più influenti, inclusa la Chiesa) che a volte agiscono sotto la stessa bandiera (lo stato), ma anche il campo giornalistico (attraverso i critici televisivi, i giornalisti che curano le pagine dello spettacolo o che conducono programmi contenitori di intrattenimento e gossip, ecc.).

Nonostante gli aspetti economici e politici rientrino solo parzialmente nell’agenda della ricerca, di essi si terrà conto sia nel secondo capitolo, di introduzione al campo, sia nel corso dell’analisi dei dati laddove le due dimensioni risultassero tematizzate dagli stessi appartenenti al campo. Gli sceneggiatori sono infatti consapevoli (fa parte dell’*illusio* di cui mi occuperò a breve), come gli scrittori e i pittori analizzati da Bourdieu, che il “progetto creatore” è un prodotto del campo stesso e non delle loro talentuose individualità, sanno cioè di non muoversi in un campo di forze neutre ma di dover “dialogare” con altri individui che occupano altri campi professionali. Per questo, non andranno trascurati

«i rapporti tra gli scrittori o gli artisti e gli editori o i direttori di galleria. Tramite questi personaggi *doppi* [...] la logica dell’ “economia” penetra fino al cuore dell’universo della produzione per produttori; tali personaggi inoltre devono combinare disposizioni assolutamente contraddittorie: disposizioni economiche che, in taluni settori del campo, sono totalmente estranee ai produttori, e disposizioni intellettuali vicine a quelle dei produttori di cui possono sfruttare il lavoro solo perché sanno apprezzarlo e valorizzarlo. Di fatto, la logica delle omologie strutturali tra il campo degli editori o delle gallerie e il campo degli scrittori o degli artisti corrispondenti fa sì che ognuno dei “mercanti del Tempio” dell’arte presenti delle proprietà simili a quelle dei “suoi” scrittori o dei “suoi” artisti, il che favorisce il rapporto di fiducia e di credenza sul quale si fonda lo sfruttamento» [Bourdieu, 1992: 290].

Questo passaggio oltre a chiarire ulteriormente i motivi e i modi in cui gli aspetti economici e politici entreranno anche nei percorsi di questa tesi, sposta l’attenzione dal prodotto al suo produttore. Ne approfitto quindi a mia volta per cambiare punto d’osservazione sul campo e concentrarmi così sulla figura professionale che costituisce il cardine di questo lavoro, tentando di accostarla all’analisi fatta da Bourdieu sui cosiddetti “produttori culturali”²⁸, come gli scrittori nella Francia di fine Ottocento, i giornalisti, i pittori, e così via. In questo senso il campo si configura come un «campo magnetico» [Bourdieu, 1966/67: 28] in cui è centrale la questione della collocazione, o meglio della posizione e prima

²⁸ Bourdieu [1992: 288] ammette di usare questa espressione «senza particolare piacere, per sottolineare la rottura con l’ideologia carismatica del “creatore”»; nel caso degli scrittori valutati come i più eteronomi, ad esempio quelli dei romanzi a puntate, il sociologo parla anche di «industriali della scrittura».

ancora della «definizione dei posti» [Bourdieu, 1992: 302]²⁹: «il campo letterario (ecc.) è un campo di forze che agiscono su tutti coloro che vi entrano, e in maniera differenziale a seconda della posizione che essi occupano [...] ed è al tempo stesso un campo di lotte di concorrenza che tendono a conservare o trasformare tale campo di forze» [ibidem: 308].

Le posizioni occupate si definiscono in relazione alle altre disponibili (ed occupate da altri) e sulla base delle diverse specie di capitale posseduto a cui «è legata la possibilità di ottenere i profitti specifici (come il prestigio letterario) in gioco nel campo» [ibidem: 307]. Queste posizioni, «in un universo così poco istituzionalizzato come il campo letterario o artistico, – osserva giustamente il sociologo – si lasciano cogliere solo attraverso le proprietà dei loro occupanti» [ivi] e si accompagnano a corrispondenti “prese di posizione” nello “spazio dei possibili”³⁰, il quale si sostanzia non solo in opere da realizzare ma anche in associazioni da fondare, momenti di incontro da organizzare, avversari da affrontare, aspirazioni comuni da perseguire e prese di posizione da superare³¹. Nonostante il grado di codificazione dell’ingresso possa essere considerato debole rispetto ad altri campi che presentano frontiere meno permeabili e una selezione all’ingresso più severa, determinata dal rigido livello di formazione richiesto [Champagne, 2000b], anche l’ingresso al campo della produzione televisiva, per omologia strutturale con gli altri, comporterà: (1) l’acquisizione di un codice specifico; (2) l’adesione al gioco e alle sue regole (l’*illusio*), ovvero «un coinvolgimento attraverso il quale [gli attori] fanno un *investimento* di energie e credenze per conferire e trovare senso [...] in ciò che accade all’interno del campo» [Brighenti, 2006: 505]; (3) la formazione delle disposizioni incorporate nell’*habitus* – che «è un’acquisizione e anche un bene che può in certi casi funzionare come un capitale» [Bourdieu, 1992: 249]³².

La posizione all’interno del campo è determinata innanzitutto dalla condizione di *dominante* o *dominato* dell’artista, con il primo che avrà tutto l’interesse a non modificare lo *status quo* di cui è il principale beneficiario e il secondo, per lo più neo entrato, che tenterà invece di sovvertire la struttura costituita del campo; a queste due figure vanno aggiunti quelli che Bourdieu chiama i «bastardi inclassificabili» la cui «impazienza dei limiti» (sociali ed

²⁹ Come sottolinea Bourdieu [ibidem: 298] le lotte interne al campo «assumono inevitabilmente la forma di conflitti di *definizione*» nel senso che «ognuno mira a porre i limiti del campo più favorevoli ai propri interessi o, il che fa lo stesso, la definizione delle condizioni di vera appartenenza al campo [...] più adatta a giustificarlo di esistere come già esiste».

³⁰ «Lo spazio dei possibili, sorta di *codice specifico*, [...] funziona come un sistema storicamente situato e dotato di schemi di percezione, di valutazione e di espressione che definiscono le condizioni sociali di possibilità – e nello stesso tempo, i limiti – della produzione e della circolazione delle opere culturali, e che esistono contemporaneamente *allo stato oggettivato*, nelle strutture costitutive del campo, e *allo stato incorporato*, nelle strutture mentali e nelle disposizioni costitutive degli *habitus*» [ibidem: 351].

³¹ Le posizioni occupate dagli sceneggiatori, le diverse forme di capitale accumulato, le relative prese di posizione saranno argomento del terzo e quarto capitolo.

³² Boschetti [2005: 19] osserva che «la nozione di *habitus* permette di spiegare la “logica pratica” che si osserva nelle condotte e, insieme, ne sottolinea il carattere spontaneo, non “tetrico”, escludendo come “antropologie immaginarie” tutte le forme di economicismo e utilitarismo, fondate sull’ipotesi della “scelta razionale”»; per Bourdieu infatti «le pratiche degli individui sono “oggettivamente” orientate e orchestrate dalle possibilità che il campo di gioco offre loro, secondo la posizione occupata e le “disposizioni”».

estetici) è all'origine delle «grandi rivoluzioni artistiche» [*ibidem*: 175]. Nella contrapposizione “giovani/vecchi” sembra dunque che più spesso siano i primi, in veste di nuovi entranti e carenti di capitale specifico, a far registrare tendenze sovversive o quantomeno innovatrici per affermare la propria identità ed unicità, ad occupare, in altri termini, una posizione di rottura «distinta e distintiva» [*ibidem*: 317] che porta all'affermarsi di posizioni d'avanguardia o di nuove élite culturali³³. Il nostro campo sembrerebbe invece contraddistinto da una logica, almeno in parte, opposta e più simile a quanto registra Balbastre [2000] relativamente ai cosiddetti *pigistes* (i giornalisti pagati a cartella), i quali, data la necessità di conseguire una retribuzione dignitosa, sono spinti ad un realismo professionale che li porta ad operare scelte razionali e lucide circa le tematiche da trattare, il registro linguistico da adottare, il medium dove poter “piazzare” il pezzo. Il che ci chiarisce come, per le ragioni più svariate, l'accesso al campo e i primi posizionamenti al suo interno possano accompagnarsi ad un atteggiamento cauto e conformista, più conservatore di quello dei “vecchi” stessi. Così ad esempio, anche il giovane sceneggiatore di puntata per esigenze economiche, per il desiderio di far circolare il proprio “nome” nell'ambiente in modo da garantirsi una certa continuità lavorativa, per la necessità di fare “gavetta” o per altri motivi sarà disposto, come vedremo, ad entrare nel campo occupando una posizione dominata. Difficilmente la spinta al cambiamento nell'attuale «stato del sistema» – inteso come il «repertorio di possibilità attuali e virtuali offerte, in un dato momento, dallo spazio delle prese di posizione culturali» [Bourdieu, 1992: 274] – proverrà dunque dagli ultimi arrivati, mentre è più probabile che chi è già “ricco” in capitale economico, culturale e sociale tenti di occupare posizioni nuove, in alternativa o aperta sfida alla “generazione” di artisti che occupa in quel momento il centro del campo (detenendone il potere). Come sottolinea anche Accardo [1995] è importante allora prestare attenzione a *chi* fa il suo ingresso nel campo, soffermandosi sulla sua origine socio-economica, sulla formazione scolastica e lavorativa, sulle aspirazioni che lo sostengono: i cambiamenti interni di conformazione del campo, supportati anche da evoluzioni esterne relative al mercato di quel prodotto/servizio [Powell, 1985], attiveranno un processo di ridefinizione del campo d'azione della professione.

A sua volta la posizione occupata dall'artista è cruciale rispetto alla sua consacrazione: la questione sarà approfondita nel terzo capitolo a proposito della reputazione degli sceneggiatori, mentre in questa sede è sufficiente sottolineare che il doppio principio di gerarchizzazione individuato da Bourdieu [1991: 7], quello esterno (della consacrazione “temporale” misurata sulla base del successo commerciale) e quello interno (del riconoscimento dei pari dato dal fatto di non concedersi alle lusinghe e alle richieste del grande pubblico), appare per molti versi inapplicabile al campo in esame. La dicotomia *high/low* rischia infatti di essere semplicistica per rendere conto di campi mediali caratterizzati da una pluralità di regimi di consacrazione concorrenti [Heise e Tudor, 2007: 184] e in cui viene meno la logica (antieconomica) dell'arte per l'arte a vantaggio del principio per cui «chi vince, vince due volte» [Hemmungs Wirtén, 1998: 62], cioè

³³ Una simile ridefinizione delle gerarchie culturali interne a ciascun campo e l'emergere di nuovi stili professionali in rotta con le élites più conservatrici è documentata presso i giovani filosofi [Pinto, 1994], ricercatori [Champagne e Marchetti, 1994], avvocati [Powell, 1994] e magistrati [Lenoir, 1994].

a dire: più sei consacrato più guadagni. Duval [2006], nella sua analisi sui cineasti francesi, i quali inseguono unanimemente un largo successo commerciale, dà al fenomeno una motivazione (eteronoma) di tipo economico: il peso del costo economico di produrre un film (indubbiamente superiore rispetto ai costi di produzione di un libro o di un quadro) fa sì che la notorietà esterna (e in particolare il riconoscimento da parte dei media) abbia in generale un ruolo rilevante e renda quanto mai precarie le sorti delle produzioni destinate a pubblici ristretti, mal distribuite, escluse dal circuito dei festival, non recensite dalla carta stampata e non sponsorizzate attraverso i passaggi televisivi. In questi termini, la “granduer” dell’artista va di pari passo con la sua notorietà esterna, soprattutto mediatica, e «le gerarchie interne non possono differire troppo sensibilmente [...] dalle gerarchie giornalistiche, [piuttosto] ne sono, molto spesso, una forma di ritraduzione» [ibidem: 107].

Il sopracitato studio di Hemmungs Wirtén sulla narrativa di genere (e sul relativo *gendered field*) introduce un altro aspetto proprio dei *media fields* a noi contemporanei: la studiosa annota l’instabile fluidità che caratterizza i confini del (sotto)campo letterario da lei studiato, per cui chi vi appartiene partecipa simultaneamente anche di pressioni, richieste, pratiche, meccanismi di legittimazione propri di altri universi professionali. Evidenza questa emersa di recente in diversi campi [Cfr. Proust, 2001; Menger, 2005; Lahire, 2006; Bureau, Perrenoud e Shapiro, 2009]: molti artisti (scrittori, danzatori, architetti, musicisti, attori) si trovano spesso a svolgere, e non solo per ragioni di necessità economica, un secondo lavoro, e a vivere un’eterogeneità di situazioni che rende indispensabile ripensare il concetto stesso di campo, posizione e habitus in applicazione a questa nuova figura di “intermittente dello spettacolo” o “artista plurale”³⁴.

Vorrei ora soffermarmi sull’accurata “rivisitazione” della “topografia” sociale bourdeuiana sviluppata da Anheier, Gerhards e Romo [1995]: i tre studiosi prendono come caso di studio un gruppo di scrittori e letterati (139 per la precisione) della città di Colonia per testare la relazione tra la struttura sociale e le forme di capitale degli occupanti il campo. Lo suddividono così in due “zone”: il centro (*core*) con una struttura gerarchica composta principalmente da élite, subélite, e semiperiferia³⁵, e la periferia, come segmento non strutturato e separato dagli altri “blocchi” con i quali essa non intrattiene alcun tipo di scambio. Questa struttura, più complessa rispetto al modello pensato da Bourdieu, riconosce dunque quale principio organizzatore basilare non la bipartizione tra produzione

³⁴ Bernard Lahire [2006], pur rimanendo fedele al vocabolario bourdeuiano, dal momento che non può ridurre gli scrittori da lui analizzati alle loro caratteristiche di attori stabili del campo letterario preferisce parlare di “gioco letterario” (*jeu littéraire*). La discussione sulla moltiplicazione delle attività dell’artista sarà approfondita al paragrafo 3.5.3.

³⁵ Il gruppo della cosiddetta élite viene a sua volta suddiviso in un’élite culturale ed una organizzativa (i membri di quest’ultima sono meno riconosciuti per la loro rilevanza culturale, estetica e letteraria di scrittori che per la loro centralità nelle questioni organizzative), e si completa con i differenti tipi letterari raccolti sotto l’etichetta di “subelite”, accomunati dal fatto di non essere scrittori *full time* ma impegnati anche in altri campi culturali (ad esempio il giornalismo). I membri della semiperiferia (che sommati agli scrittori periferici costituiscono i due terzi del campione analizzato) occupano una posizione intermedia: essi hanno infatti in comune con la periferia la relativa assenza di *networks* interni al gruppo, ma, diversamente da questa, stringono relazioni fortemente gerarchizzate con i “blocchi” situati al centro del modello [Anheier, Gerhards e Romo, 1995: 877-880].

culturale ristretta e di massa, bensì la cesura netta tra centro e periferia (entro cui la distinzione tra cultura alta e cultura bassa risulta incorporata); inoltre, le posizioni di ciascun sotto-gruppo di scrittori sono strettamente collegate al volume di capitale culturale accumulato, insieme alle altre forme di capitale (ad esempio lo scarto tra periferia e semiperiferia è dato da un minor capitale economico e sociale della prima). Diversamente da quanto ci si aspetterebbe stando alla teoria bourdieusiana, la posizione svantaggiata degli scrittori periferici non è tanto dovuta al tipo di letteratura che essi producono quanto all'esclusione dal sistema d'élite; a riprova del fatto che la vera struttura del campo è data dalla segmentazione tra il suo centro (ristrettissimo) e i suoi margini, gli autori sottolineano l'assenza di una "contro-élite" intenzionata a sovvertire l'arte stabilita. Ritengo che questo lavoro, seppur metodologicamente distante dalla mia strategia di studio, fornisca degli spunti utili per una riflessione su come la struttura del campo possa essere fruttuosamente mappata individuando delle zone di posizionamento, all'interno delle quali si collocano attori sociali accomunati da livelli di capitale (nelle sue varie forme) simili che strutturano rapporti di potere e collaborazione tra loro e con altre zone limitrofe³⁶.

La logica centro-periferia ritorna anche se proviamo a considerare il campo come «spazio geografico». Bourdieu veste i panni del topografo (vero) quando nel suo lavoro sull'*Educazione sentimentale* [1975] colloca i personaggi del romanzo nella Parigi del tempo individuando nella struttura dei luoghi – fondata sul triangolo mondo degli affari, mondo dell'arte e degli artisti di successo, ambiente studentesco e della vita bohémienne [1992: 97] – una corrispondenza con lo spazio sociale narrato da Flaubert. In modo simile, si può guardare al campo della produzione di fiction televisiva come ad una dislocazione geografica "non casuale" che, pur non godendo dell'assonanza rigorosa propria del prototipo originale, ci aiuta ad individuare zone "calde" dove hanno luogo gli "affari" dell'audiovisivo, aree "ricreative" e di incontro, distretti industriali periferici. Sullo sfondo non più la Parigi di metà Ottocento ma la Roma di oggi, non solo "luogo filmico" per eccellenza dell'italico immaginario visivo ma anche polo industriale e creativo, prima del cinema e successivamente della fiction televisiva [Gelato, 2006]. La concentrazione geografica è un elemento di cui tener conto non solo per verificare la convergenza spaziale di alcuni "sotto-settori" di una data industria nelle medesime aree della metropoli e le relative relazioni di prossimità che vi si instaurano³⁷ ma anche per registrare, in una prospettiva storica più ampia, eventuali "transumanze" da una città all'altra, ovvero spostamenti dei centri di potere che di conseguenza provocano attorno a sé la nascita di nuove industrie collegate e il trasferimento degli individui che intendono lavorarvi. L'industria televisiva americana, ad esempio, è stata protagonista di un simile "trasloco" dopo poco di più di un decennio di vita [Scott, 2004]: guardato con

³⁶ Nel quarto capitolo quelle che qui ho definito genericamente come "zone" assumeranno la denominazione (e la forma) di *famiglie creative*.

³⁷ Allen Scott [2000: 18-20], mappando l'industria cinematografica francese, registra la concentrazione geografica di tre suoi sotto-settori: le case di produzione, i talent scout e le agenzie di casting, gli studi di registrazione; i primi due sono concentrati nella zona centro-ovest di Parigi, insieme ad altri settori della comunicazione come case discografiche ed editrici, agenzie pubblicitarie, ecc., mentre gli *studios* sono più dispersi e situati in zone periferiche (dove c'è disponibilità di spazi ampi a prezzi più contenuti).

ostilità dal mondo cinematografico, con quartier generale a Hollywood, il mezzo televisivo trascorse la sua “infanzia” (negli anni Quaranta e Cinquanta) a New York, dove avevano sede i tre maggiori broadcaster (ABC, CBS e NBC); solo con la fine degli anni Cinquanta, quando le case di produzione californiane crearono delle divisioni speciali per la realizzazione di programmi televisivi, l’industria che ruota intorno al piccolo schermo si trasferì nel sud della California andando a plasmare una sorta di “altra-Hollywood”, che recentemente tende sempre più spesso a decentralizzare la fase propriamente produttiva del lavoro. In modo simile, nel nostro Paese le prime produzioni di sceneggiati televisivi avvenivano a Milano o a Firenze, geograficamente lontane quindi da quello che è sempre stato il centro nevralgico della produzione cinematografica italiana; solo in un secondo momento anche la produzione televisiva si spostò nella capitale per poi decentrare strategicamente alcune sue produzioni. La centralità di Roma e la (ri)nascita di poli produttivi decentrati saranno comunque argomento della nota metodologica e della fotografia storica del campo scattata nel secondo capitolo: qui mi bastava brevemente sottolineare come l’elemento spaziale fosse di primaria importanza nella definizione di un campo sociale.

In conclusione, la lettura di Bourdieu – indiscusso «coacervo di rigorose difficoltà concettuali» [Brighenti, 2006: 503] – stimola ad accogliere l’invito del sociologo a «guardare le cose in faccia e vederle per quello che sono» [1992: 52]; per farlo credo possa essere infine utile la griglia delle operazioni analitiche da lui proposta per studiare un campo sociale:

- (1) «l’analisi della posizione del campo letterario (ecc.) all’interno del campo del potere e della sua evoluzione nel corso del tempo»;
- (2) «l’analisi della struttura interna del campo letterario (ecc.), universo che obbedisce a leggi di funzionamento e di trasformazione specifiche, vale a dire la struttura delle relazioni oggettive tra le posizioni che vi occupano individui o gruppi in concorrenza fra loro per la legittimità»;
- (3) «l’analisi della genesi degli habitus di coloro che occupano tali posizioni, ovvero i sistemi di disposizioni che, essendo il prodotto di una traiettoria sociale e di una posizione all’interno del campo letterario (ecc.), trovano in quella posizione un’occasione più o meno propizia di attualizzarsi» [*ibidem*: 288].

In questo lavoro tenterò di tenere fede a questi suggerimenti, convinta che il modello teorico di Bourdieu sia stato in grado di superare l’alternativa tra *interpretazione interna* – «che si impone di trattare l’opera come un sistema che contiene in sé la sua ragione e la sua ragion d’essere» – e *spiegazione esterna* – «che, spesso al prezzo di una alterazione riduttiva, si sforza di mettere l’opera in relazione con le condizioni economiche, sociali e culturali della creazione artistica» [Bourdieu, 1966/67: 905] – e abbia così risposto «all’esigenza [...] di capire l’articolazione tra culturale e sociale, tra simbolico ed economico, poiché tiene conto non solo dell’autonomia dei campi di produzione e delle implicazioni dell’autonomia, ma anche delle relazioni tra il funzionamento interno dei campi e lo spazio sociale in cui sono inclusi» [Boschetti, 2003: 53], oltre a collocare all’interno dell’analisi la posizione e l’habitus del ricercatore stesso.

1.3. Industrie culturali e creatori simbolici

Dopo aver introdotto all'inizio del capitolo la variegata applicazione del termine "industria" e degli aggettivi ad essa collegati (culturale, creativa, ecc.), mi propongo in questa sede di sintetizzare le caratteristiche principali di quelle che ho scelto di definire come "industrie culturali" e di collocare al loro interno la figura artistica del "produttore culturale", che nel nostro caso sarà lo sceneggiatore televisivo. In particolare in questa sezione farò riferimento ai contributi offerti dall'approccio della produzione di cultura: tradizione di studi relativamente recente, soprattutto nel nostro Paese, dove il territorio delle professioni "artistiche" (*in primis* quelle legate alla creazione di programmi televisivi) è ancora piuttosto inesplorato³⁸, essa è andata sviluppandosi in modo coerente in America, durante gli anni Settanta, a partire dagli studi di Richard Peterson che applicò gli strumenti della sociologia industriale a "materiali estetici" (inizialmente il jazz e la musica *pop*) [Santoro, 2008: 9; Peterson e Anand, 2004]. Questo filone di ricerca è risultato particolarmente interessante per una serie di spunti che sono stati poi ri-usati, ri-pensati, e ri-discussi nella fase di analisi dei dati empirici. Le suggestioni più utili provengono da quel settore d'indagine più vicino alla ricerca amministrativa e agli studi sulle professioni e rivolto all'analisi delle carriere occupazionali degli operatori del settore [Crane, 1976; Faulkner e Anderson, 1987; Menger, 1999]; parimenti, ho fatto riferimento a quel ricco *corpus* di lavori sui processi decisionali, sui modi attraverso cui la cultura viene prodotta ed istituzionalizzata [Hirsch, 1972], sui differenti sistemi di ricompensa [Crane, 1976], sulle gerarchie latenti [Bielby e Bielby, 1992; Bielby, 2008], sulla centralità del potere nei rapporti di produzione culturale [Faulkner e Anderson, 1987], e sulla reputazione [Bielby e Bielby, 1999].

L'obiettivo di questo paragrafo è, da una parte, di chiarire il ruolo giocato da fattori economici e di mercato sulla struttura di tali industrie e sulla "forma" (innovatrice o conservatrice) dei rispettivi contenuti e di rilevare le dinamiche produttive, routinizzate e strategiche, impostesi nei diversi settori e adottate dalle figure manageriali (in posizioni sempre più centrali e determinanti anche dal punto di vista creativo) per minimizzare i rischi di un fallimento sul mercato; dall'altra, di discutere la posizione occupata dai "veri" lavoratori creativi e il controllo sul proprio operato (o viceversa la perdita di autonomia artistica). Mentre le riflessioni sulla struttura dell'industria costituiscono lo sfondo imprescindibile per il presente lavoro e troveranno un'applicazione concreta nel capitolo che segue, gli studi che si concentrano su come ciascun campo culturale sviluppi propri sistemi di carriera e si presenti come una configurazione di attori sociali collegati tra loro da legami fondamentali, da sforzi e aspirazioni, da una distribuzione diseguale di creatività, professionalità, saperi, guadagni, e riconoscimenti, anticipano l'anima empirica di questo lavoro.

³⁸ Cfr. Bovone e Mora [2003]; Colombo [1998]; Morcellini e De Nardis [1998]; e i contributi contenuti in «*πρόλογος*», XIV (2) agosto 2000, in particolare Santoro [2000].

1.3.1. Cicli di produzione e strategie anti-rischio nelle industrie culturali

Le industrie culturali costituiscono un fenomeno tutt'altro che monolitico sia nel suo complesso sia nello specifico di ciascun mondo, per la diversità dei prodotti realizzati (dal brano musicale al kolossal hollywoodiano), per il momento storico e il luogo geografico in cui la produzione ha luogo, per le particolari relazioni che ciascuna industria intrattiene con le altre e per l'eterogeneità interna che le caratterizza, eterogeneità culturale e relativa ad interessi economici, sociali, politici, ecc. [Caldwell, 2008: 7]. Al tempo stesso, non sono concepibili come mondi "sottovuoto" e "autonomi", ma si sono trasformate in virtù di cambiamenti delle condizioni istituzionali e organizzative della produzione culturale che a loro volta hanno contribuito a definire.

Letteralmente "esplose" in Occidente a partire dalla seconda metà del secolo scorso, complici il benessere economico, il maggior tempo libero e la disponibilità di "hardware culturali" (hi-fi, apparecchi televisivi, videoregistratori, personal computer, ecc.) [Hesmondhalgh e Pratt: 2005], queste industrie sono state innanzitutto profondamente segnate dall'andamento dei loro mercati, che hanno favorito il successo di alcuni oggetti, tendenze, movimenti artistici a svantaggio di altri, giocando un ruolo decisivo rispetto al più classico dei binomi della produzione culturale, ovvero innovazione *versus* conservazione. Uno degli studi più accurati che lega la struttura del mercato al livello di innovazione dei prodotti, pervenendo ad un modello ciclico della produzione degli stessi, resta quello di Peterson e Berger sulla *popular music* [1975]: basandosi sulle teorie economiche dell'oligopolio e considerando il periodo tra il 1948 e il 1973, gli autori concludono che «il grado di varietà delle forme musicali (è) inversamente correlato a quello di concentrazione del mercato» e che la ciclicità è data «da un periodo relativamente lungo di omogeneità e concentrazione gradualmente crescenti seguito da una breve esplosione di competizione e diversificazione» [ibidem: 190-191]. Anche altri studi sull'industria musicale [Rothenbuhler e Dimmick, 1982; Abramson, 2002] hanno evidenziato mutamenti nell'offerta nei momenti di turbolenza e instabilità, in seguito ad esempio all'applicazione di nuove tecnologiche o a cambiamenti demografici e sociali, nel corso dei quali entrano nel mercato nuove organizzazioni che lanciano nuovi tipi di prodotto e minano il controllo del settore da parte dell'oligopolio che sarà a sua volta costretto a tararsi su alti livelli di innovazione. L'allargamento del mercato e la relativa spinta innovativa possono portare sia ad uno svilimento della specificità dell'oggetto culturale sia ad una sua maggiore differenziazione [Griswold, 1994: 115]³⁹. L'applicazione del modello ad altre industrie, centrali (cinematografica e televisiva) come pure periferiche (l'editoria, la moda, il teatro), ha tuttavia

³⁹ Un esempio del primo tipo possiamo trovarlo in Peterson [1978]: in seguito all'aumento di stazioni radiofoniche dedicate alla musica country e alla necessità di allargare l'audience di riferimento, molti artisti, per rimanere sul mercato, accettarono di cantare una contaminazione di country-rock di più facile ascolto e maggior presa; «la musica country divenne così sempre meno distinguibile da altre forme di musica popolare» [Griswold, 1994: 115]. Diversamente, White e White [1965] hanno dimostrato che alcuni fattori concomitanti contribuirono a consolidare il movimento impressionista: tra questi, i cambiamenti tecnici nella produzione dei pigmenti e l'allargamento del mercato parigino dell'arte a commercianti indipendenti ed acquirenti di classe media, desiderosi di avere in casa immagini piacevoli da vedere e non riproduzioni monumentali di avvenimenti tragici.

dimostrato che a partire dagli anni Ottanta le organizzazioni operanti nelle industrie culturali sono apparse relativamente stabili, ovvero invulnerabili per quanto riguarda la detenzione (accentrata) del potere, «nonostante i frequenti cambi di proprietà delle aziende e l'introduzione di nuovi tipi di tecnologia delle comunicazioni» [Crane, 1992: 82]; perciò sembrerebbe necessario sostituire «il modello del controllo oligopolistico in cui la struttura del mercato determina il livello di mutamento culturale» con «un modello in cui la struttura del mercato non è più un fattore cruciale nella determinazione del livello di innovazione» [ibidem: 77]. Nel caso dell'industria cinematografica e televisiva americane, in particolare, il modello dell'oligopolio non sembra essere valido: anche nel momento in cui le compagnie via cavo entrarono nel sistema televisivo, erodendo una preoccupante fetta di pubblico ai principali network (cosa che può dirsi avvenuta tutt'oggi solo in parte nel nostro Paese) e perseguendo una politica di segmentazione dell'audience attraverso un'operazione di riconoscimento identitario del canale come *brand*, le reti in chiaro continuarono a puntare su formati standardizzati [Gitlin, 1979] a causa degli elevati costi produttivi (più che triplicati tra i primi anni Settanta e i primi Novanta) e perché gli inserzionisti pubblicitari preferivano comunque investire sui grandi network [Cantor, 1992; Crane, 1992]. Similmente, anche il cinema si è assestato su una produzione fatta di “*blockbuster movies*” [Monaco, 1979], saghe “serializzate” (come il ciclo di film tratti dal romanzo epico di Tolkien, *‘Il signore degli anelli’*), *remake* di successi del passato (la lista sarebbe davvero lunga e abbraccia anche qui i generi più svariati) o stranieri (buona parte del genere horror dell'ultimo lustro), perché l'innovazione in questo settore comporta costi molto più alti di quanto non avvenga in campo musicale⁴⁰ e perché i prodotti per il cinema sono pensati nell'ottica della loro esportabilità, per cui devono soddisfare i gusti di un pubblico globale⁴¹.

Come appare dunque l'attuale mercato delle industrie culturali? Accanto a processi di concentrazione orizzontale e verticale propri già della fase oligopolistica di cui si è più sopra detto, per cui poche aziende possedevano e controllavano – possiedono e controllano – diversi settori e fasi dell'industria (produzione, distribuzione e proiezione)⁴², si afferma un fenomeno di integrazione multimediale che scavalca cioè i confini delle singole industrie, con un ristretto

⁴⁰ Come osserva Crane [1992: 88] nel caso dell'industria discografica il rischio è minore perché un musicista ignoto o “semi-sconosciuto” costa molto meno di una star affermata; il gioco (o meglio la *posta in gioco*: scoprire un talento) vale quindi la candela.

⁴¹ Sull'annoso dibattito accademico e la perpetua tensione produttiva tra conformità/tradizione *versus* diversità/innovazione – “*being the same*” o “*being different*” o anche “giocare sicuro” e “assumersi il rischio” [Berkeley, 2003: 107] – nelle industrie culturali si vedano anche: DiMaggio e Stenberg [1985]; Lopes [1992]; Gilmore [1993]; relativamente al mercato televisivo si rimanda invece al contributo di Saundry e Nolan [1998].

⁴² Per “integrazione orizzontale” si intende l'acquisto da parte di un'azienda di altre compagnie dello stesso settore, allo scopo di ridurre la competizione. Gli economisti parlano invece di “integrazione verticale” per indicare il fatto che la concentrazione aziendale è «mantenuta grazie al controllo del flusso produttivo complessivo dai materiali grezzi alle vendite all'ingrosso» [Peterson e Berger, 1975: 175]. Il più noto oligopolio è quello che dominò il cinema di Hollywood nella sua fase “classica” (1925-1950) con gli otto *major studios* che producevano i film, avevano il personale creativo e tecnico alle proprie dipendenze, curavano la distribuzione, e nel caso delle “Big Five” (Paramount, 20th Century Fox, Warner Brothers, MGM e RKO) possedevano anche le sale cinematografiche.

numero di *conglomerati* che possiedono le principali reti televisive, etichette discografiche, case editrici e cinematografiche. Non serve andare troppo lontano per trovare conferma di questo fenomeno: prendiamo come esempio il mercato librario italiano e due delle sue leader indiscusse. A partire dagli anni '80 si fece sempre più dominante la logica delle grandi imprese che da sole controllavano una grossa fetta delle vendite attraverso *joint venture* nazionali e si lanciavano su altri mercati della comunicazione: si pensi a Mondadori e Rizzoli che coprivano da sole il 25% del mercato librario, erano presenti con proprie librerie sul territorio, possedevano quotidiani e settimanali a tiratura nazionale e testate locali e avevano intrapreso l'avventura televisiva (la prima con l'acquisto di Rete 4 e la seconda con la casa di produzione Rizzoli Audiovisivi). Il fenomeno della concentrazione includeva naturalmente anche fusioni internazionali «essendo ormai chiaro che, a determinati livelli, il futuro delle aziende era sempre più legato all'armonica congiunzione di vari progetti integrati e quindi anche alla gestione di complesse alchimie finanziarie e organizzative attraverso le quali governare l'evoluzione del mercato, realizzare economie di scala e sinergie operative, perseguire nuovi obiettivi di sviluppo» [Cadioli e Vignini, 2004: 150]⁴³.

Il punto è che questo processo di costituzione (e ri-costituzione) dei diversi campi culturali – processo identificato col termine di “istituzionalizzazione” [DiMaggio e Powell, 1983; 1991] – è entrato in quella che Hesmondhalgh ha definito «*complex professional era*» [2007: 54], preferita al «*corporate professional stage*» suggerito da Williams [1981: 52]. Questo nuovo scenario si caratterizza per la coesistenza di conglomerati e piccole realtà organizzative indipendenti: si assiste ad una progressiva disintegrazione dei conglomerati presso alcuni settori e ad uno sfruttamento delle piccole industrie, in posizione non competitiva con i primi, i quali vi attingono per reclutare nuovo personale creativo, per assorbire nuove tendenze o scovare una possibile *hit*. Sembra in definitiva che nelle industrie culturali si sia imposta una doppia strategia della transnazionalizzazione, da un parte, e della frammentazione, dall'altra, a cui si accompagnano corrispondenti cambiamenti nei testi prodotti, destinati ad un largo pubblico (nazionale o globale) con un livello di coinvolgimento medio-basso oppure pensati per una nicchia e volti a stimolare una risposta forte da parte dei fruitori intorno alle tematiche trattate [Curtin, 1999; Lotz, 2004].

Nonostante il modello dell'oligopolio e dei cicli di produzione simbolica possa dunque considerarsi ormai sorpassato o quantomeno non sempre applicabile (cosa che vale anche per l'industria televisiva italiana), resta indubbia

⁴³ Consideriamo solo alcuni passaggi relativi alla storia di questi gruppi a conferma di quanto detto. Nel 1976 grazie ad una *joint venture* tra Mondadori e il Gruppo Espresso nasce il quotidiano *la Repubblica*; Mondadori entra invece nel mercato televisivo nel 1981 con Rete 4 (ceduta dopo pochi anni alla Fininvest). Per quanto riguarda i legami societari extranazionali, nel 1981 una *joint venture* con la canadese Harlequin Enterprises porta alla nascita di Harlequin Mondadori che tratta esclusivamente narrativa femminile; nel 2001, in seguito ad un accordo con Microsoft, viene creato il primo sito italiano per la vendita di *ebook*; nel 2006 ottiene il controllo della filiale francese del gruppo editoriale inglese Emap.plc. Fu per molti versi simili anche il percorso del gruppo Rizzoli (oggi RCS MediaGroup): nel 1974 acquisisce la proprietà della società editrice del *Corriere della Sera*; nel 1976 acquista la rete tv Telemalta, il maggiore quotidiano del sud, *Il Mattino*, e in seguito la *Gazzetta dello Sport*; nei primi anni Novanta entra nella produzione televisiva con la Rizzoli Audiovisivi; controlla inoltre il quotidiano spagnolo *El Mundo*, il gruppo editoriale francese Flammarion e Recoletos, uno dei più importanti editori spagnoli, mentre negli Stati Uniti controlla la Rizzoli Publications e la Universe Publishing.

l'importanza per il/la ricercatore/trice di conoscere la struttura di mercato dell'industria culturale di cui si occupa, anche laddove la sua analisi si concentri su aspetti "micro" del campo: il livello di concorrenza o di concentrazione, il ruolo giocato dalle organizzazioni di piccole e medie dimensioni come indipendenti o consociate dei grandi gruppi, il tipo di legami intrecciati con altre industrie "co-optate" per la promozione o partner nel lancio di prodotti "multiplatforma", e il peso degli interventi statali (sia dal punto di vista legislativo che dei finanziamenti), sono infatti aspetti che ci aiutano a collocare i meccanismi di reclutamento e di carriera dei produttori di simboli, il loro livello di autonomia, e, non da ultimo, a scovare dove si annidino le possibilità di innovazione e quale sia la loro "direzione", dal centro alla periferia del campo [Rao, Monin e Durand, 2003] o viceversa [Tuchman, 1989]⁴⁴.

Resta il fatto che sia che si tratti di prodotti "semplici" o "complessi" [Caves, 2000]⁴⁵, concepiti in condizione di innovazione o di omogeneità, commerciali e di massa o pensati per una nicchia, la loro produzione era, è, e probabilmente sarà, fortemente caratterizzata dall'incertezza (della domanda), dal momento che «il successo di un prodotto creativo raramente riesce a essere spiegato anche ex-post attraverso la soddisfazione di un bisogno permanente» [*ibidem*: 3]. È il principio del "*nobody knows anything*" con cui nell'ambiente del cinema viene sintetizzata la non-prevedibilità dei successi come dei flop al botteghino⁴⁶: il rischio e l'insicurezza sottese a queste imprese economiche e creative rende di conseguenza necessaria l'adozione di strategie che in qualche modo riducano il margine di insuccesso e la vertigine da roulette russa legati al lancio di un nuovo prodotto [Bielby e Bielby, 2003]. Ciascuna impresa tenderà così a routinizzare le strategie che risulteranno più convenienti entro le logiche di un certo mercato e in una data congiuntura storica: così ad esempio il mondo dell'alta moda francese nel periodo tra le due guerre si rivolgeva prevalentemente ad una clientela omogenea e stabile, gli stilisti affermati seguivano una linea coerente di ricerca creativa (Chanel ad esempio sperimentava nuovi materiali) e alcune *maisons* proponevano linee di prodotti sussidiari, soprattutto profumi [Crane, 1997: 398-399]. Le imprese industriali possono ricorrere in alternativa ad una politica della sovra-produzione [Hirsch, 1972] secondo la quale più ampio è il catalogo di prodotti culturali maggiore è la possibilità che tra questi ne spunti uno di successo [Negus, 1999]; cooptare *gatekeepers* quali furono ad esempio i dj che intascavano bustarelle dalle *majors* (una pratica detta "payola") in cambio di "passaggi" dei dischi in radio

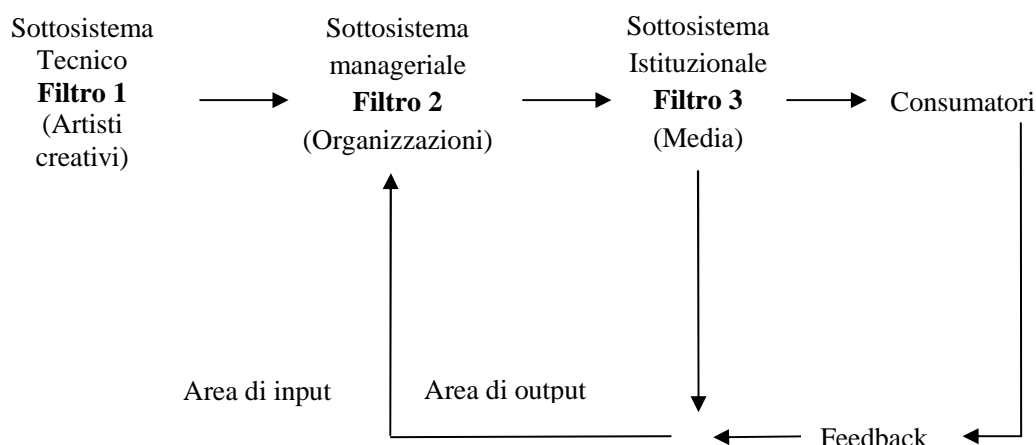
⁴⁴ Mentre in contesti altamente normativi, come la gastronomia [Rao, Monin e Durand, 2003], l'innovazione parte dal centro e si diffonde per imitazione alla periferia (sono stati gli chef premiati con le stelle Michelin gli iniziatori della *nouvelle cuisine*), in altri ambiti, come nell'emergenza di pubblicare nuove storie letterarie [Tuchman, 1989], sono gli attori periferici a proporre nuovi prodotti (e tenere a battesimo nuovi generi letterari), ma una volta che la novità si è consolidata i suoi fautori ritornano nei ranghi periferici.

⁴⁵ I prodotti semplici sono l'opera di un singolo e riconosciuto artista, che può essere uno scultore, un pittore, uno scrittore, un musicista, che «gestisce relazioni con un'impresa organizzata in modo elementare che ha il compito di promuovere e distribuire il prodotto» [Caves, 2000: 23]. I prodotti complessi invece richiedono il coinvolgimento di un insieme di artisti con diverse competenze. La realizzazione di un film, per il cinema o per la televisione, rientra naturalmente in questo secondo tipo.

⁴⁶ La massima fu coniata dallo sceneggiatore William Goldman in *Adventures in the Screen Trade: A personal View of Hollywood and Screenwriting*, New York, Warner, 1983.

[Peterson e Berger, 1975]; applicare il principio del cosiddetto “*formatting*” [Ryan, 1992], ovvero il confezionamento di un “format” che associ il prodotto ad elementi di (sicura) presa sul pubblico di acquirenti/consumatori come il nome di una star (un regista o un attore per un film o una serie televisiva) o un genere di riferimento (un film horror, un album hip hop, un romanzo fantasy)⁴⁷ o la serializzazione del prodotto, sullo stesso mezzo (il *sequel* di un film, le compilation musicali in più volumi, ecc.) o attraverso mezzi diversi (si registra una fluidità dei contenuti testuali che vengono “riciclati” producendo più versioni dello stesso prodotto a seconda del supporto mediale) [Coser *et al.*, 1982; Powell, 1982; Gitlin, 1983]. Uno dei contributi più significativi all’analisi di come le organizzazioni culturali perseguano una produzione e distribuzione a flusso regolare dei loro prodotti e selezionino sia il contenuto culturale sia il personale che lo produce, minimizzando così l’incertezza, è senza dubbio rappresentato dal modello di Hirsch, riportato in tabella 1.3, sviluppato sull’esempio di tre industrie di massa (case editrici, studi cinematografici, case discografiche) ma in buona parte applicabile anche «alla cultura alta, alle idee o ad ogni altro oggetto culturale» [Griswold, 1994: 112].

Tab 1.3. *Il sistema dell’industria culturale*



Fonte: Griswold [1994: 109] adattato da Hirsch [1972]

Del sistema dell’industria culturale così elaborato vengono presi in considerazione per il presente lavoro solo il sottosistema tecnico, quello manageriale e il primo dei due filtri di *gatekeeping*, che funziona da ponte tra la comunità artistica e l’organizzazione che produce effettivamente il prodotto

⁴⁷ Uno studio sulle strategie retoriche utilizzate dai programmatori delle reti televisive per legittimare le proprie azioni nel lancio di nuovi prodotti ne ha individuate in particolare tre: lo sfruttamento della reputazione di registi, attori, ecc. (gli autori definiscono questa consuetudine col termine di *packaging*); l’imitazione (di altri programmi di successo); il genere (televisivo) [Bielby e Bielby, 1994]. Un’interessante e ancora valida riflessione, sempre relativamente al mezzo televisivo, è offerta anche da Gitlin [1983] nel capitolo cinque del suo celebre lavoro, di cui parlerò al paragrafo 1.4.1, dall’emblematico titolo “The Triumph of the Synthetic: Spinoffs, Copies, Recombinant Culture”.

[Hirsch, 1972: 650-651; Cfr. White, 1950; Broadhead e Rist, 1976; Bystryn, 1978; Shoemaker, 1991]. Pur presentando alcune forzate distorsioni – non da ultimo una considerazione “estrema” del sottosistema tecnico in cui trovano collocazione gli artisti «come un sottosistema che fornisce input al resto del sistema» [Griswold, 1994: 108] – il modello di Hirsch oltre ad operare alcune interessanti comparazioni con altri tipi di industria, come quella delle costruzioni⁴⁸, riconosce l'importanza di “intermediari” o gestori “di confine” (*contact men*), come agenti e *talent scout*, che selezionano determinati prodotti e filtrano così il surplus di artefatti, come pure di “manodopera” artistica. Questi individui possono lavorare come “sponsor” degli artisti (i loro agenti) o direttamente per conto dell'organizzazione produttiva (come lettori di manoscritti o ascoltatori di provini musicali); in entrambi i casi, insieme ai cosiddetti “*gatekeepers* mediali” (dj, presentatori, recensori, ecc.), costituiscono un'altra arma strategica, che si aggiunge a quelle più sopra accennate, per gestire il flusso di prodotti che saranno immessi nel mercato.

Questo significa che l'oggetto culturale in sé assume, calato in un sistema complesso come quello descritto, un valore e un'importanza marginali, di un *feticcio* (per dirla con Bourdieu). Non solo perché dovrà superare una serie di stadi successivi di *gatekeeping* – Crane parla di un «processo multistadio» [1992: 101] – ma anche perché il loro superamento dipende da fattori che spesso non hanno nulla a che vedere con il valore endogeno dell'opera, ed è piuttosto legato al numero di stadi da “superare”, alle dimensioni dell'organizzazione (gli scrittori avranno ad esempio un accesso più facile presso le piccole case editrici che però sono quelle che più faticano a penetrare il sistema di “presentazione”), alle convinzioni sui presunti gusti del pubblico, al tipo di supervisione operata dai “guardiani” organizzativi, ecc.. Le decisioni che riguardano la sfera artistica sono infatti sottoposte ad un controllo capillare da parte dei “centri di potere” di ciascuna industria culturale: numerosi studi empirici [Cfr. Cantor, 1971; Faulkner, 1983; Bennet e Woollacott, 1987; Thurston, 1987] dimostrano come l'autonomia artistica sia fortemente limitata, o quantomeno ridimensionata, da figure professionali deputate a ruoli “non-creativi” (consigli di amministrazione, produttori, investitori, ecc.) o ritenute non-competenti (i registi rispetto alla scelta delle colonne sonore [Faulkner e Anderson, 1987]), dalla forte parcellizzazione delle mansioni e da una dispersione dell'autorialità, oltre che, particolare di cui spesso non si tiene conto ma che costituisce un'ulteriore caratteristica delle industrie culturali, da uno stretto coordinamento temporale [Caves, 2000] per cui ad esempio qualunque ritardo nella realizzazione di un film ha costi (economici e non solo) elevati.

Pur consapevole che il discorso sulle industrie culturali e le loro caratteristiche sarebbe ben più vasto della panoramica che in questa sezione ho cercato di fornire, ho preferito soffermarmi maggiormente su due dimensioni che

⁴⁸ Prendendo a prestito alcune riflessioni di A. L. Stinchcombe, *Bureaucratic and Craft Administration of Production: A comparative Study*, in «Administrative Science Quarterly», vol. 4, 1959, Hirsch sottolinea che la produzione di oggetti culturali si organizza lungo linee di gestione artigianale («amministrazione artigianale della produzione») con il personale creativo che riveste uno status simile a quello dei liberi professionisti (nel periodo dello *studio system* potevano invece essere assimilati agli impiegati salariati) mentre il comparto distributivo data la maggiore concentrazione economica è più burocratizzato [1972: 645-646].

reputo cruciali: quella dei mercati, come risultato dall'azione di una cerchia di produttori che interagendo tra loro e monitorando le rispettive attività cercano di soddisfare le richieste dei consumatori (il più ampio numero possibile) [White, 1981]; e quella delle strutture organizzative (che possono assumere una forma burocratica, imprenditoriale o mista)⁴⁹ entro cui i produttori agiscono, cercando di routinizzare l'ignoto (successo/insuccesso) ad ogni passaggio della catena decisionale. Sulla scorta di queste riflessioni possiamo ora "scendere" di un gradino, alla scoperta di come si strutturino le carriere occupazionali, il lavoro creativo, i sistemi di ricompensa di coloro che vi lavorano all'interno.

1.3.2. Il creatore simbolico come produttore culturale situato

Ho più sopra accennato all'espressione adottata da David Hesmondhalgh [2007], «*complex professional era*», per definire l'attuale fase delle industrie culturali; quel che ancora non ho detto è che una delle sue principali caratteristiche è la complessa divisione del lavoro che interessa la produzione di testi culturali e che trova la sua realizzazione effettiva in un «*project team*» [Ryan, 1992: 125] o «sistema temporaneo»⁵⁰ [Goodman e Goodman, 1976] con cui possiamo identificare una «*struttura di posizioni*» che prendono parte al processo creativo di produzione culturale. Diversa sia dalla "catena di montaggio" (*assembly line*) in cui i ruoli si susseguono (o si sostituiscono) senza che il lavoro di chi segue risulti più di tanto influenzato da quello di chi lo precede, sia dallo staff creativo di un'organizzazione che opera in modo stabile, il team che si costituisce su un progetto ha una sua gerarchia formale (che varia a seconda dello status dei componenti) [Elliott, 1972], vede impegnate più persone che lavorano insieme spesso con una sovrapposizione di ruoli e mansioni, e scavalca i confini dell'organizzazione (e spesso dell'industria stessa)⁵¹ dal momento che i professionisti possono essere messi "a contratto" solo per la durata del progetto.

Va detto però che molti di questi lavoratori si trovano a collaborare insieme per più di un progetto, in virtù di reti collaborative che si stabiliscono per via

⁴⁹ La distinzione è suggerita da Peterson e Anand [2004: 316] a seconda della divisione del lavoro, della centralità del potere e della continuità/flessibilità dei contratti.

⁵⁰ Il «*temporary system*» consiste di «un gruppo di persone dotate di diverse competenze che lavorano insieme ad un progetto complesso per un periodo limitato di tempo» [Goodman e Goodman, 1976: 494]: gli autori portano ad esempio le commissioni di governo, le giurie nei processi, il gruppo di costruttori di un'opera architettonica o di persone che mettono in piedi uno spettacolo teatrale. In prospettiva organizzativa, Prandstraller [1977: 66-69] parla invece di «struttura non permanente per la realizzazione di un'opera dell'ingegno» [*ibidem*: 66], di cui sono esempi tipici la costruzione di un edificio e la realizzazione di un film e che risulta simile allo *staff generale* degli uffici di presidenza e dei gabinetti dei ministri. La compattezza di tale struttura è garantita da «un *fine determinato e preciso*, per la cui attuazione tutti gli elementi presenti nell'organizzazione si sentono impegnati. Se non fosse sempre presente l'urgenza di realizzare l'opera prevista – aggiunge infatti l'autore – l'organizzazione temporanea perderebbe il cemento che la tiene unita» [*ibidem*: 68].

⁵¹ Si pensi alla flessibilità con cui alcune figure professionali lavorano sia per l'industria del cinema che per quella della televisione; la tendenza sta iniziando ad interessare anche gli sceneggiatori e i produttori, tradizionalmente legati solo ad uno dei due mezzi [Caldwell, 2008: 9]. Le stesse associazioni di categoria (*Guild*) rappresentano insieme i professionisti cinematografici e televisivi.

formale e, soprattutto, informale: in questo senso il “*project team*” si consolida in un “*project network*” [Manning e Sydow, 2007], dato da reti di relazione più durature, reiterate ed istituzionalizzate attraverso progetti particolari e successivi [Blair, 2001]. Simili ad altre forme organizzative di tipo dinamico – come le organizzazioni latenti [Starkey, Barnatt e Tempest, 2000] o le corporazioni virtuali [Davidow e Malone, 1992] – i cosiddetti “*project networks*” si configurano come «meccanismi di coordinazione e controllo» [Manning e Sydow, 2007: 21] e costellazioni di attori in relazione tra loro che tendono a reiterare modelli lavorativi collaudati [*ibidem*: 38]⁵².

Possiamo comunque affermare che la divisione del lavoro nella produzione artistica si fonda su definizioni consensuali di una situazione lavorativa che può, più o meno rapidamente, modificarsi [White e White, 1965; Bourdieu, 1966/67; Cantor, 1971; Baker e Faulkner, 1991]⁵³. Ad essere coinvolti in questo processo di «creatività corporativa» [DiMaggio e Hirsch, 1976: 737]⁵⁴ sono dunque:

- il personale creativo “primario” (nel caso di una serie televisiva: sceneggiatori, registi e attori ma anche tecnici a cui è stato riconosciuto lo “statuto” creativo⁵⁵);
- il personale tecnico (operatori di ripresa, story-editor, tecnici del suono, montatori, ecc.);
- i *managers* creativi o “*broker*” [DiMaggio, 1977; Starkey, Barnatt e Tempest, 2000] (per la fiction sono i produttori creativi che agiscono da intermediari tra la parte organizzativo-economica e la controparte creativa);
- il personale della divisione marketing, responsabile della promozione del prodotto, che agirà nell’interesse dell’organizzazione per cui lavora⁵⁶;
- i proprietari dell’organizzazione (della casa di produzione o del canale) e i loro esecutivi che la dirigono e hanno il potere di assumere, licenziare, sostituire il personale, gestire il budget;
- infine, i lavoratori non qualificati o semi-qualificati (attrezzisti, autisti, stagisti di vario tipo, ecc. il cui ruolo è assimilabile a quello della signora del circo protagonista dell’aneddoto di inizio capitolo).

⁵² Gli autori hanno studiato le dinamiche sottese ai “*project networks*” rispetto alla produzione di serie televisive, sottolineando come queste reti colleghino, in modo più duraturo rispetto ai “*project team*”, i *broadcasters* televisivi con alcuni artisti creativi, con la mediazione tra i primi e i secondi delle case di produzione. Lo stesso concetto è stato applicato anche all’industria cinematografica [Jones, 1996] e alla pubblicità [Grabner, 2002].

⁵³ Il successo dei *blockbuster movies* produsse, ad esempio, una fusione del ruolo di regista e sceneggiatore e una differenziazione del produttore in più figure specializzate [Baker e Faulkner, 1991].

⁵⁴ Gli autori distinguono quattro tipi di creatività: individualistica, sequenziale (il creatore fa il progetto e qualcun altro lo esegue), interattiva (ad esempio la negoziazione tra uno scrittore e il suo editore), e corporativa (il confezionamento di un giornale, di un programma televisivo, di un film, ecc.).

⁵⁵ Un ruolo “tecnico” progressivamente riconosciuto come “artistico” è ad esempio quello svolto dai responsabili del mixaggio nell’industria musicale [Kealy, 1974]; si tratta di quelle figure liminali di cui ho parlato nel paragrafo dedicato a Becker come di “artigiani-artisti”.

⁵⁶ Sulla centralità assunta dal marketing e dalla fase “promozionale” nel processo di costruzione di un artefatto culturale si rimanda a Hesmonshalgh [2007: 193-197].

La maggior parte degli studi, incluso il presente, si sono concentrati sulle figure appartenenti alla prima di queste categorie: questa prospettiva dunque «considera il ruolo occupato come unità d'analisi ed enfatizza fattori quali la socializzazione all'occupazione, le norme e i valori, gli incentivi, l'autonomia, le tensioni di ruolo, e il background sociale dei creatori» [DiMaggio e Hirsch, 1976: 737]. Il ruolo dell'artista quindi «è emerso attraverso processi macrostorici che hanno interagito con le microstrategie di coloro che tentano di ricoprire questi ruoli» [Zolberg, 1990: 121]. Si può parlare di ruolo come “risorsa” [Baker e Faulkner, 1991], ovvero, da un lato, come un mezzo per rivendicare e guadagnare l'accettazione (*membership*) da parte di una comunità sociale con i suoi diritti e doveri («un individuo senza un ruolo è come un uomo senza patria») e dall'altro come una chiave con cui accedere al capitale sociale, culturale e materiale (inteso non solo in termini di denaro sonante e contratti siglati ma anche di *benefit* e *facilities* legati a quel ruolo) [*ibidem*: 281]. Questo significa che il ruolo contribuisce a definire l'identità sociale dell'artista, gli fornisce i mezzi per competere e negoziare, per ritagliarsi una posizione e stringere relazioni, viene «usato per procedere nella carriera e avanzare interessi nella lotta per il potere e l'influenza», per «creare nuove posizioni e strutture sociali» [*ibidem*: 306].

Di conseguenza, il modo stesso in cui l'artista viene concepito e studiato è «storicamente e culturalmente specifico» [Tanner, 2003: 105]: l'artista è stato via via considerato come un genio divinamente ispirato (così ne parlava ad esempio il pittore e architetto Giorgio Vasari nel trattato del 1550 sulle *Vite de' più eccellenti pittori, scultori e architettori italiani*); o un malinconico, un individuo magico, un misero, un alcolizzato, un drogato, un perdigiorno, un insano [Cfr. Kris e Kurz, 1934; Wittkower e Wittkower, 1963]; o ancora un artigiano, un funzionario statale, un ribelle; un «mediatore attivo» [Rixon, 2006: 31] o un «mediatore di simboli» [Carey, 1969]; un imprenditore culturale, un creatore simbolico che fa della sua creatività un investimento [Hesmondhalgh, 2007; Miège 1989; Caves, 2000], un artista immerso in una rete di relazioni/collaborazioni [Rosenblum, 1978; Becker, 1982]; e pure un attore economico del mercato dell'arte [Rosenblum, 1985], comparato ai “colletti bianchi” e ai professionisti. E il cambiamento del suo statuto sociale tra il periodo medievale e l'età moderna [Henning, 1960; Trasforini, 2007: 54-59] è stato collegato ad un processo di “professionalizzazione” [Abbott, 1988; Macdonald, 1995] che ne ha ridefinito il ruolo, il reclutamento, la formazione, la socializzazione [Moulin, 1983]: i sociologi si sono così diffusamente occupati dei “primi passi” dell'artista, degli inizi della carriera e della socializzazione scolastica specializzata per tracciare il modo in cui si forgia l'identità occupazionale [Strauss, 1970], dimostrando come strategie di professionalizzazione siano state perseguite, al pari di altre occupazioni, anche in quelle artistiche [Freidson, 1986], attraverso una formalizzazione delle conoscenze e delle abilità “pratiche” e creando associazioni professionali, che «rappresentano l'autorità collettiva del gruppo», a tutela del «monopolio del saper fare legittimo dal quale i professionisti traggono reddito» [Trasforini, 2007: 93]⁵⁷. Questo ha portato da un lato «a sostituire un elitismo di

⁵⁷ «Il training storico, teorico e tecnico ricevuto [ad esempio] dagli artisti nelle accademie serviva a razionalizzare e ricostruire l'*agency* artistica – la capacità degli artisti di intervenire nei processi di produzione dei dipinti in un modo che influenza/determina significativamente il risultato finale dell'opera» [Tanner, 2003: 110].

classe con un elitismo basato sul training professionale e sull'autogoverno del gruppo» [ivi] e dall'altro all'emergere di nuove figure sociali, di intermediazione sul piano economico e/o simbolico – il mercante, il gallerista e il critico d'arte per le arti visive; il manager creativo, il produttore esecutivo, il discografico, il responsabile editoriale per le comunicazioni di massa – che hanno progressivamente acquisito peso e con le quali l'artista si è trovato a doversi confrontare per il riconoscimento del proprio talento, la definizione del proprio lavoro, la negoziazione della propria autonomia.

All'interno delle industrie culturali moderne quindi la professione artistica è tutt'altro che monodimensionale: racchiude in sé condizioni contrattuali (tra coloro che sono assunti stabilmente da un'organizzazione e coloro che lavorano come freelance) [Hennion, 1981: 62-63; Menger, 1999] e modelli occupazionali differenti (*"top down"* o *"bottom up"* a seconda che siano più o meno istituzionalizzati) [Peterson e Anand, 2004: 317]; diventa culla di divergenti ideologie a supporto della dimensione identitaria [Griff, 1960] a seconda che l'artista consideri se stesso come un creatore per sé, per i critici, per una nicchia di intenditori, per un pubblico indifferenziato [DiMaggio e Hirsch, 1976: 738]; si presenta con una stratificazione interna "discriminante" per attributi sociali, come genere, classe, etnia, età [Reif e Strauss, 1965; Spilerman, 1977; Thurnston, 1987; Bielby e Bielby, 1992; 1996; 2002], e sulla base dei lavori precedenti come indicatori delle capacità dell'artista [Faulkner, 1983]. Come osservano Peters e Cantor [1982: 56], similmente ad ogni altra occupazione, ci sono i dominanti e i dominati, ma non esattamente nel modo in cui li intendeva Bourdieu: i primi hanno «potere, prestigio e controllo sul proprio lavoro» mentre i secondi «sono controllati e meno autonomi».

Appare evidente innanzitutto la spaccatura del mondo occupazionale artistico tra un'élite (che controlla) e una periferia (che arranca). Rosenblum [1985] utilizza un'immagine che trovo particolarmente azzeccata per visualizzare questa situazione di «*starificazione*», come la chiama Morin [1972: 124]: pensiamo ad una cartina geografica e alla gran quantità di nomi che vi sono riportati, tra questi ve ne sono alcuni di più visibili, scritti a caratteri più grandi o in grassetto, sono i nomi delle piazze e dei luoghi più importanti. Ecco, nei mondi culturali quei nomi che saltano subito all'occhio sono quelli degli appartenenti all'élite, le star dell'industria: la star non è da intendersi solo nei termini di «merce-capitale» [ibidem: 125], che esercita un'elevata influenza/potere sulla circolazione dei propri prodotti [Hesmondhalgh, 2007: 200] e che come ho già discusso diventa strategia adottata dall'organizzazione per controllare l'incertezza del sistema; la star è invece colei o colui che più e meglio di altri ha accesso ai sistemi di ricompensa (*reward systems*) distribuiti in denaro, prestigio ed onori; è colei e colui che dal *core* del mondo che occupa è in grado di spuntare i contratti migliori, di inserire clausole "speciali" sui diritti e opzioni per successivi ingaggi [Greenfield e Osborn, 1994]⁵⁸, può beneficiare di un sistema di distribuzione e

⁵⁸ Gli economisti Frey e Pommerehne [1989: 262] parlano di «fenomeno delle *superstar*» evidenziando «la presenza presso gli artisti di un tasso di disoccupazione relativamente elevato e di un'ampia quota di lavoratori a basso reddito, associata a quella di un ristretto numero di artisti che percepiscono redditi estremamente elevati» e sottolineano la distribuzione dei redditi degli artisti «presenta una disuguaglianza maggiore rispetto alla distribuzione dei redditi di altre categorie di lavoratori».

promozione favorevoli [Escarpit, 1960], avere accesso a premi e riconoscimenti. Sembra un cane che si morde la coda, ed in buona sostanza lo è: chi si trova al centro del campo gode infatti di un prestigio che non è semplicemente legato agli oggetti sui quali può avanzare una qualche forma di identità, perché *farsi un nome* (che corrisponde al conquistare una posizione centrale) è legato anche a motivi extra-estetici, di ordine sociale, comportamentale, economico e politico [Rosenblum, 1985]. Se dunque l'élite artistica, in particolare quella delle industrie cinematografica e televisiva, risulta essere più "democratica", nella composizione e nei requisiti d'ingresso, rispetto ad altre élite istituzionali [Levy, 1989], la conformazione stessa del lavoro artistico – per sua natura precario, intermittente, imprevedibile e competitivo – ne amplifica quasi inevitabilmente la formazione [Faulkner e Anderson, 1987]. Ricompensa economica e "reddito psicologico" [Menger, 1999: 554] tenderanno ad essere elevati nel caso dell'élite e variamente distribuiti tra chi si trova alla periferia dello star-system, che potrà avere: un reddito economico elevato e una scarsa soddisfazione derivante dal non riconoscersi nel proprio lavoro [Faulkner, 1976]; una rendita economica limitata (al punto da dover compensare con una seconda attività) compensata da una simbolica elevata [Rannou e Roharik, 2009; Ravet, 2009]; un ritorno insoddisfacente sia dal punto di vista monetario che personale (sarà il caso soprattutto di chi ha iniziato da poco l'avventura artistica). Questo disequilibrio, insieme alla diffusamente documentata sovra-offerta di personale, sembra costituire «una sorta di situazione critica permanente» e trans-storica [Menger, 1999: 566] dei mondi artistici: ad ogni modo, la segmentazione interna ed il sistema di riconoscimenti che da essa ne deriva vanno considerati caso per caso (ovvero mondo per mondo) ed è quanto cercherò di fare a partire dai dati raccolti.

Passiamo ora al discorso, già introdotto, dell'autonomia come "auto-determinazione" artistica: è fuori discussione che se creatività e libertà (di agire creativamente) fossero elementi chimici, la loro reazione sarebbe esplosiva⁵⁹. Nessun produttore culturale può considerarsi totalmente libero (ma chi di noi lo è?), tuttavia sarebbe errato (o quantomeno semplicistico) liquidare le costrizioni del sistema (che definirò anche "paletti" produttivi) come forze "anti-creative": la creatività nelle industrie culturali non è semplicemente l'inventiva, la trovata talentuosa, la brillante capacità di scrivere una sceneggiatura, girare una scena, interpretare un personaggio, è anche «l'abilità dei lavoratori nel prendere decisioni indipendenti che riguardano la selezione e la creazione dei contenuti» [Cantor, 1980: 20]. È la capacità di aggirare l'ostacolo "usando" il proprio ruolo, appunto, come una risorsa [Baker e Faulkner, 1991].

Non sempre la natura commerciale dell'opera va a discredito dell'autonomia dell'artista e della sua creatività: alcuni ruoli artistici hanno infatti sperimentato livelli progressivamente più elevati di libertà nell'ideazione e creazione del prodotto, spazi concessi dalle figure manageriali delle organizzazioni e dai loro proprietari che hanno adottato una sorta di "strategia della fiducia" [Cantor, 1971; Tunstall, 1993; Nixon, 1997]. Non è una regola: Burston [1999], ad esempio, ha documentato la crescente "alienazione" dei creativi teatrali soprattutto quelli che

⁵⁹ Come osservava già Powdermarker [1950: 29] relativamente al mondo di Hollywood «mentre ciascun gruppo [occupazionale] riconosce la natura collaborativa del mezzo, alla quale obbedisce a parole, ciascuno considera la propria funzione come la più importante. C'è un'ovvia interdipendenza di un gruppo dagli altri, e allo stesso tempo una lotta costante per il controllo».

lavorano nei “mega-musical”; e la stessa Muriel Cantor [1971; 1980] osservava la debolezza della figura del regista nella produzione televisiva, ridotto a mero tecnico della ripresa, e dello sceneggiatore che sperimenta un controllo sui testi fortemente sbilanciato verso il produttore-creatore (che difende il suo diritto di cambiare la sceneggiatura dal momento che il suo compito è quello di controllare la qualità della produzione) e si scontra spesso sulla questione dei diritti (per firmare una puntata deve dimostrare di aver scritto abbastanza da aggiungere il suo nome nei *credits*) [Cantor, 1971: 92-105]. E non è nemmeno tutto oro quello che luccica: la maggiore autonomia creativa accordata ai cosiddetti *producer* della televisione britannica a partire dai primi anni '90 ha comportato una maggiore responsabilità economica, più incarichi da svolgere, incluse incombenze non creative, e una minor sicurezza lavorativa [Tunstall, 1993: 203]. Similmente nella produzione di *serial drama* americani la figura del “*producer-auteur*”, il “*writer-producer*” anche detto *hyphenate*⁶⁰, inizialmente relegato ad una posizione anonima e secondaria pur avendo l'effettivo controllo creativo sui prodotti, ha oggi assunto un ruolo di primo piano e il suo nome è conosciuto (è un *brand name*), cosa che implica sia maggiori aspettative da parte della committenza che investe su di lui/lei sia una forma di responsabilità diretta nei confronti del pubblico che ne riconosce il ruolo autorevole e autoriale [Pearson, 2005: 22].

Tale autonomia non varia poi solo in virtù del mezzo e della sua particolare conformazione in un dato momento, ma anche naturalmente all'interno dello stesso gruppo professionale, e non semplicemente in virtù della contrapposizione élite *versus* periferia. Tunstall [1972], ad esempio considera l'autonomia dei giornalisti specializzati sulla base di due variabili: il loro ruolo nel processo informativo e il rapporto che il settore di competenza stabilisce con gli obiettivi delle rispettive organizzazioni giornalistiche (incremento dell'audience, della pubblicità, scopi non legati al profitto). Dal momento che arriva a verificare un bilanciamento tra autonomia e controllo differente a seconda del ruolo di lavoro (il “raccoltitore di notizie specializzato” è il più libero nel determinare forma e contenuto delle notizie), l'autore incentiva gli studi comparativi, in particolare quelli in cui «vengano messe a confronto diverse categorie nell'ambito di un solo tipo di produzione, [... ad esempio] i diversi tipi di “notizie”, i differenti tipi di “sceneggiati”, ecc.» [ibidem: 107]; che è precisamente quanto tenterò di osservare considerando diversi tipi di sceneggiatori televisivi, dal dialoghista di soap opera al capo-progetto di una serie o di una miniserie di prima serata [Murdock, 1980].

Chiaramente le questioni sollevate in questa sezione – l'immagine dell'artista, la stratificazione interna (e la relativa “starificazione”), i sistemi di ricompensa (denaro, prestigio, onori), il problema del rapporto tra controllo organizzativo e autonomia creativa – vanno tutte considerate non in astratto ma alla luce dei ruoli e delle posizioni che gli artisti oggetto d'indagine occupano sia all'interno

⁶⁰ Da “*hyphen*” che significa “trattino”, il termine “*hyphenate*” indica chi svolge più di un lavoro o performato più di una funzione. Nel caso qui considerato viene così definito lo sceneggiatore televisivo che è anche produttore creativo della serie: l'ha ideata, concepita e se n'è assunto la responsabilità di confezionamento; quindi l'*hyphenate* supervisiona tutta la produzione di una serie televisiva, dalla scelta degli attori al montaggio. Cfr. <http://hubpages.com/hub/The-Hyphenate>; la rivista «Script» n. 35/36 (2004), *L'ora del writer-producer*, interamente dedicata a questa tematica.

dell'industria culturale di cui sono partecipi e artefici sia della specifica comunità professionale di appartenenza.

1.4. La produzione televisiva: arena di studio e set di storie

Dopo aver trattato in generale della produzione di un artefatto culturale, sia esso un disco, un libro o un film, discutendo dei numerosi e differenti aspetti (creativi, ma anche economici, politici, di marketing, ecc.) che concorrono alla sua realizzazione e dopo aver introdotto la figura dell'artista (regista, attore o musicista che sia) ribadendo più volte la natura "commerciale" della sua professione, l'essere immerso in un "mondo" o in un "campo" di cooperazione e conflitto, convenzioni e costrizioni, mi propongo di collocare le riflessioni fin qui fatte nell'arena di studio specifica di questo lavoro. Quest'ultimo paragrafo ha infatti lo scopo di fornire una riflessione introduttiva sulla produzione di un programma di finzione destinato al mezzo televisivo e su chi lo scrive. Inizierò dunque con una panoramica su alcuni studi che hanno per oggetto la produzione di fiction televisiva, rispetto alla quale tengo a fare fin d'ora una precisazione: la scelta di riprendere testi che possono apparire oggi come "datati" o "*taken-for-granted*" è dovuta al "ritardo" che caratterizza il sistema televisivo italiano sia dal punto di vista della recente industrializzazione a cui è andato incontro il formato del seriale televisivo sia della più generale organizzazione del sistema di *broadcasting*, che assomiglia più alla situazione dell'America di ieri che a quella di oggi [Zanatta, 2008]. Nella seconda sezione del presente paragrafo invece considererò la figura dello sceneggiatore televisivo: dal momento che gli attributi e le caratteristiche della professione, le traiettorie di carriera e le relazioni condizionanti (sia in positivo che in negativo), saranno oggetto della seconda parte di questo lavoro, quella di analisi dei dati, dove oltre ad introdurre nuove riflessioni teoriche avrò cura di ritornare su quelle solo accennate nel presente capitolo, ho preferito per il momento concentrarmi su un quesito che mi sembra fondamentale nell'approccio che intendo seguire: chi scrive sceneggiature per la televisione può essere considerato come appartenente ad una comunità occupazionale?

1.4.1. Una rassegna, tre modelli d'indagine

Quello dei *Television Drama Studies* [Nelson, 2007: 8] è un campo d'indagine che si è imposto lentamente nell'agenda degli interessi accademici a partire dagli anni Settanta, anche se nel contesto italiano stenta ancora a trovare un suo spazio riconosciuto, soprattutto per quanto attiene al versante produttivo. Il percorso bibliografico che propongo in questo paragrafo è rivolto a quegli studi che hanno posto al centro dell'analisi i processi sociali, organizzativi e interpersonali che contribuiscono a costruire il prodotto televisivo come prodotto culturale diretto alla distribuzione, al consumo, e in definitiva alla ri-lettura da parte di un pubblico che, per quanto ristretto e segmentato, è comunque da considerarsi "di massa". Nel tentativo di presentare in modo organico i lavori a

cui principalmente ho fatto riferimento riprendo la suddivisione proposta da Newcomb [1991: 94-96] che, a partire da tre testi molto diversi tra loro, suggerisce altrettanti modi per fare ricerca sulla produzione televisiva:

- (1) a livello *micro* situa quegli studi che si concentrano su un singolo progetto e ne seguono l'iter produttivo attraverso il tempo, dall'ideazione fino al confezionamento del prodotto, tracciando un'approfondita analisi delle scelte operate, delle negoziazioni, delle condizioni di potere e libertà;
- (2) a livello *meso* colloca le analisi che, rivolgendosi alle storie professionali di individui coinvolti a vario titolo in progetti televisivi, contribuiscono a fornire un'immagine nitida del lavoro in televisione, attraverso la prospettiva di un gruppo occupazionale significativo (gli sceneggiatori, i registi, i produttori, gli attori, ecc.) in un preciso momento storico; queste analisi si concentrano «sulla struttura della gerarchia industriale, sul background sociale dei principali individui e gruppi, sui processi di *decision making* a vari livelli di produzione e programmazione» [Newcomb e Alley, 1983: 19; *enfasi mia*];
- (3) a livello *macro* riconosce l'esistenza, minoritaria per la verità, di indagini che, incrociando modi di produzione, regolamentazione, finanziamento e distribuzione del prodotto televisivo seriale, offrono una visione dinamica e a tutto campo dell'industria televisiva in generale, ampliandola a riflessioni sulla cultura, la politica, la società.

Per identificare gli studi del primo tipo Newcomb fa riferimento innanzitutto all'etnografia condotta da Philip Elliott, *The making of a Television Series* [1972], considerandola un «punto di partenza obbligatorio per ogni ricerca sulla produzione» [Newcomb, 1991: 94]. Per la natura pionieristica del suo lavoro Elliott si trovò a confrontarsi con l'analisi di altri fenomeni sociali e con gli strumenti messi a disposizione dalla sociologia dell'arte più che con le teorie sui media e con l'analisi filmica: utilizzando la scansione cronologica con cui si susseguirono le diverse fasi produttive del prodotto considerato come principio organizzatore dell'analisi, lo studioso individuò le modalità organizzative (in quanto routine produttive condivise) e la divisione del lavoro interna allo staff, le scelte che si resero necessarie nel corso della lavorazione (di natura personale, tecnica, estetica, ecc.) e i livelli di autorità. Sulla stessa lunghezza possiamo collocare, in anni più recenti, *Producing public television* di Dornfeld [1998]: l'autore in particolare considera come il *setting* sociale e professionale di *Childhood* (serie di documentari educativi, studiata tra il 1989 e il 1991) contribuisca a situare la produzione del programma in un campo di possibilità e insieme limitazioni produttive (pressioni sulla televisione pubblica, problemi di budget ristretto, attacchi politici da parte dei conservatori, cambiamenti nella programmazione in palinsesto, ecc.) oltre a discutere su come il capitale finanziario e simbolico abbia ricadute sul *range* di possibilità a disposizione dei produttori e orienti le strategie da questi messe in atto [*ibidem*: 32].

Si situano ad un livello *micro* di analisi anche altri due studi condotti su altrettanti prodotti di successo da Manuel Alvarado, rispettivamente con Edward Buscombe e John Tulloch: il primo seguì l'intero sviluppo fino alla messa in onda

di *Hazell* (serie televisiva britannica andata in onda su ITV nella stagione 1978/1979), e indagò, tra gli altri aspetti, le tensioni che si erano venute a creare tra le esigenze del formato (e del relativo adattamento, trattandosi originariamente di una *detection novel*) e le inclinazioni degli sceneggiatori, sottolineando quale elemento di mediazione tra le costrizioni produttive e l'estro creativo la figura dello *script editor* chiamata a gestire, o a minimizzare, tali frizioni [Alvarado e Buscombe, 1978]; il secondo invece si occupò di un prodotto di lunga serialità, la serie fantascientifica della BBC *Doctor Who*, proponendo «un'indagine in termini di pratiche industriali, istituzionali, narrative, professionali, e altro, che, originariamente esistenti al di fuori del programma, hanno contribuito in diversi modi alla sua costituzione» [Tulloch e Alvarado, 1983: 2]. In questo secondo caso quindi l'analisi, basata su interviste allo staff creativo e produttivo coinvolto nel programma a partire dal 1963, si è tradotta in una più ampia disamina culturale, avvicinando in parte lo studio a quelli del terzo tipo più sopra menzionato: gli autori infatti oltre a definire le pratiche produttive attinenti al prodotto, spiegano come la serie diventò un'istituzione del canale pubblico britannico inserendosi nella sua "ideologia" editoriale, di stampo educativo.

Negli anni si sono susseguite numerose altre analisi condotte su singoli progetti di serialità televisiva [Grindstaff, 2002]⁶¹, ma anche, seppur limitatamente rispetto ai *Film Studies*, su singole figure "eminent" del panorama televisivo⁶²; particolarmente "gettonate" sono poi le *soap opera* [Rouverol, 1984] che, per l'estensione nel tempo e la standardizzazione del processo produttivo che le caratterizza, presentano dei vantaggi logistici non trascurabili per il ricercatore (maggiore facilità d'accesso, conoscenza pregressa del prodotto, un certo margine di sicurezza che il progetto non si interromperà in fase di osservazione, ecc.). Tra i vari studi di questo tipo ricordo *Crossroads* [Hobson, 1982] in cui l'autrice coniuga interviste allo staff produttivo – di cui descrive mansioni e pressioni oltre che il *setting* di interazione quotidiana – e all'audience femminile del longevo serial britannico (in onda dal 1964 in patria ed esportato in numerosi paesi); e *Public Secret* [Buckingham, 1987] un'attenta disamina sui modi ambigui e approssimativi in cui i produttori creativi concepiscono il pubblico di *East Enders* (1985). Oltre a questi, meno citata ma interessante, a conferma dell'utilità di fare riferimento a concetti teorici quali quello di "campo" e "mondo", è l'analisi proposta da Sandeen e Compesi [1990] a partire da *The Young and the Restless*, soap opera trasmessa nel *daytime* di CBS dal 1973. In questo caso i due autori, con esplicito richiamo a Becker, muovono dall'obiettivo di capire come i ruoli artistici e le mansioni di ognuno co-operino nella realizzazione di un episodio: considerando quelle figure che prendono decisioni significative intorno allo show (sceneggiatore, produttore, regista, direttore delle luci, direttore artistico, coordinatore dei costumi, coordinatore delle musiche e direttore di post-produzione), osservano innanzitutto come le decisioni produttive siano delegate a settori diversi e come non ci sia il tempo materiale perché un'unica persona

⁶¹ Secondo Newcomb [1991] la maggior parte dei lavori all'interno di quest'ambito di ricerca sono *case studies*.

⁶² Thompson [1990] si concentra ad esempio sulla figura di Stephen J. Cannell (produttore, scrittore e occasionalmente attore) per dimostrare come, contrariamente alla credenza comune, anche operando "al servizio" della televisione commerciale vi sia l'opportunità di imporre un proprio stile e far passare la sensibilità del singolo come marchio (*brand name*) dei suoi prodotti.

supervisioni ogni minimo dettaglio; in questo caso, pur riconoscendo nell'*head writer* (capo scrittura e creatore del serial)⁶³ l'autorità ultima e "sovrana" e nello *script* lo strumento a cui tutti sono tenuti ad attenersi scrupolosamente, individuano allo stesso tempo due meccanismi di coordinamento che «aiutano ad integrare le attività altrimenti separate dei vari reparti produttivi», ovvero il ricorso a «convenzioni stilistiche» e la necessaria presenza di «costrizioni organizzative» [*ibidem*: 172].

L'importanza di questo primo tipo di studi consiste proprio in una riflessione analitica in grado di toccare tutti gli aspetti che costituiscono il "dietro le quinte" della produzione di un *television drama*, senza tralasciare peraltro, argomento che sarà ripreso nella nota metodologica di questo lavoro, le difficoltà affrontate dal ricercatore in un contesto di non sempre facile accesso che, se necessario, sa custodire gelosamente i propri "segreti" [Alvarado e Buscombe, 1978; Dornfeld, 1998; Grindstaff, 2002]; d'altra parte, data l'enorme varietà di prodotti di fiction televisiva, ciascuno dei quali segue un iter produttivo a suo modo unico, questi studi presi singolarmente sembrano vanificare la possibilità di una generalizzazione e anche quando procedono ad una comparazione su base più ampia risultano più che altro un tentativo supportato da conoscenze teoriche pregresse più che una reale emergenza del dato empirico [Newcomb, 1991: 97]. Va detto comunque che la considerazione di Newcomb si arresta ai primi anni Novanta, quando già si andava consapevolmente allargando il focus d'indagine che univa l'analisi sulla produzione a quella sull'audience o che legava l'iter di singoli prodotti alla più generale congiuntura storica del mezzo televisivo, congiuntura che avevano contribuito a creare o di cui erano stati il diretto precipitato [Schatz, 1990]. Recentemente poi, gli studiosi hanno mostrato particolare interesse per le dinamiche produttive transnazionali relative all'adattamento di format globali a livello locale, sulla base di una supposta e peculiare identità nazionale. Molti dei lavori di questo tipo coniugano la prospettiva micro (nel senso che prendono in considerazione un unico prodotto) ad una riflessione macro, dal momento che riflettono su come le diverse realtà televisive assorbano in termini di politica attuata dalle reti i trend risultati di successo altrove dando origine a degli «ibridi culturali» [Ang, 1996: 154], su come le questioni circa l'autorialità di un prodotto collidano quindi nel caso di un mercato globale con questioni circa l'autenticità e l'autonomia culturale [Tankel, 1990], su quali strategie si fondi la relazione di compra/vendita di un format e sulle differenze tra industria internazionale ed industrie domestiche in termini di meccanismi che forgiavano il business di questi particolari beni di consumo [Bielby e Harrington, 2008; Moran, 1998]. Nonostante quest'ultima prospettiva analitica possa apparire marginale alla luce di un lavoro dichiaratamente rivolto alla realtà italiana, ho ritenuto opportuno farne brevemente riferimento data la recente, e

⁶³ Nel sistema americano il termine *head writer* si usa per definire la persona che supervisiona il team di sceneggiatori nelle soap opera e nelle sitcom, mentre per le serie di prima serata questa funzione è generalmente svolta dal cosiddetto *executive-producer*. In Italia il termine *head writer* viene utilizzato per le soap opera nella stessa accezione che ha negli *States* e negli altri formati come sinonimo di capo-scrittura di un team di sceneggiatori (con mansioni diverse dall'*executive producer* dei *prime time dramas*). Nel resto di questo lavoro seguirò l'accezione italiana; il termine *head writer* per serie e miniserie sarà impiegato alternativamente a "capo-progetto" o "capo-scrittura".

talora estensiva, tendenza da parte del *broadcaster* nazionale di «adottare e adattare» [Straubhaar, 1991: 42] format di fiction straniere [Zanatta, 2009], aspetto che ritornerà anche nella parte empirica.

Non è da trascurare infine il fatto che, data anche la relativa “giovinezza” del nostro sistema seriale, i pochi studi condotti in Italia sulla produzione di fiction televisiva rientrano nel primo gruppo individuato da Newcomb e che il più “sociologico” di questi riguarda proprio la macchina di lavorazione messa a punto per la prima *soap* interamente prodotta in Italia per la televisione pubblica, ovvero ‘*Un posto al sole*’ (1996). L’obiettivo del lavoro è stato «da un lato quello di porre sotto osservazione l’evoluzione degli aspetti sia produttivi che narrativi; dall’altro, quello di rilevare le caratteristiche salienti della ricezione di un prodotto che presenta evidenti tratti di novità» [Capecchi e Cardini, 1998: 245]: se l’analisi risulta in definitiva sbilanciata su questo secondo aspetto, non manca di mettere in evidenza, per la prima volta nel nostro Paese, il complesso meccanismo produttivo fondato sulla contemporaneità delle linee produttive per cui le otto settimane di lavorazione necessarie a confezionare un blocco di cinque puntate, corrispondenti ad altrettanti fasi del processo, procedono simultaneamente.

In altri casi è stato analizzato un singolo prodotto [Alvino, 2005/06; Ramosino, 2005/06; Melodia, 2004] o si è ragionato su una singola figura professionale [Petrocchi, 2008] o su una fase cruciale del lavoro, come quella dell’impostazione iniziale di una serie, delle prime riunioni di sceneggiatura e dei rapporti “personalistici” con la committenza [Manzi, 2006/07]: il limite di queste ricerche è la natura di *insider* degli scriventi che se da un lato rende i loro contributi informati sui fatti e illuminanti per comprendere il sistema produttivo e appropriarsi di un linguaggio “tecnico”, dall’altro colloca le loro riflessioni al di fuori di una prospettiva teorica consolidata e soprattutto inibisce un punto di vista che dovrebbe essere il più possibile sganciato dal ruolo ricoperto. Così, lo sceneggiatore finisce per difendere la propria posizione creativa e rivendica un maggiore controllo sul prodotto, l’editor del network ribadisce la centralità del suo contributo e così via, in una disamina che suona più come un’auto-difesa (o un’auto-promozione) che come un’analisi critica del sistema e delle sue figure professionali.

Spostandoci sul secondo tipo di studi i due riferimenti indispensabili sono *The Hollywood Television Producer* di Muriel Cantor [1971] e *The Producer’s Medium* di Newcomb e Alley [1983]. Nel primo caso la Cantor, avvalendosi degli strumenti tradizionali della sociologia delle professioni, traccia per la prima volta il profilo di una categoria professionale cruciale nella produzione seriale americana, quella dei produttori, scegliendo come metodologia di studio interviste in profondità (cinquantanove), documenti pubblici e osservazione partecipante negli *studios*. Cantor tratteggia quindi una tipologia di produttori raggruppandoli sulla base di background, educazione, training professionale, aspirazioni e motivazioni alla professione e alla carriera; analizza come ciascuna categoria abbia imparato come funziona il sistema e alla luce di questo *know-how* incorporato cerchi di aggirare le richieste del mercato e del canale e far rispettare il proprio talento oppure attui strategie di adattamento al controllo del network e della compagnia di produzione; conclude quindi che «fattori sociali, come le condizioni del mercato, il coinvolgimento o meno dello stato, le condizioni di lavoro incidono molto di più sulla forma “artistica” che assume il prodotto di

quanto non facciano i valori individuali, il talento, o la creatività stessa» [Cantor, 1971: xxxv] e che «l'intrattenimento televisivo è il frutto di "gruppi" di persone così strettamente in relazione tra loro che non è chiaro effettivamente a chi siano venute le idee e chi abbia creato quel prodotto che alla fine va in onda» [ivi]⁶⁴.

Sulla stessa linea si colloca anche il lavoro di Newcomb e Alley: più ristretto dal punto di vista del "campione" preso in esame (undici interviste in profondità a produttori televisivi), ha il merito di aver coniugato le prospettive degli intervistati con un'analisi critica del loro operato, ovvero di quello che il pubblico vede sugli schermi, al fine di «identificare alcune differenze tra produttori in termini di stile, libertà, responsabilità, potere, e valori espressi» [1983: 18], e con lo scopo ultimo dichiarato di mostrare come l'industria televisiva non soffochi indispensabilmente la creatività. Quel che trovo particolarmente interessante alla luce del mio lavoro empirico, è il fatto che anche queste figure, centrali nel processo produttivo sul quale esercitano un alto livello di controllo riuscendo ad incidere sul prodotto con uno stile personale, lamentano comunque una mancanza di potere che li costringe a lavorare entro certe costrizioni e non dimostrano un accordo unanime sullo status dell'artista creativo. Per questo gli autori hanno sottolineato l'importanza di approfondire criticamente come tali individui vedano se stessi all'interno di quel processo di creazione (di significati culturali) che si attua nel flusso di negoziazioni caratterizzanti la televisione e la sua natura squisitamente "corica" [ibidem: 34-35]⁶⁵. Allo stesso tempo però, come ha evidenziato la stessa Cantor [1971: xxxiv], il punto di vista di Newcomb e Alley appare sociologicamente meno strutturato rispetto al suo: la studiosa infatti sottolinea che «l'interrogativo sociologico non è chi o perché qualcuno è creativo, ma quando la creatività è permessa?» [ivi]. Nello stesso errore è incappato, a mio avviso, Prandstraller [1977] nella sua inchiesta sui registi cinematografici italiani, in linea con le sue precedenti riflessioni sulle professioni⁶⁶: dichiarando di essere interessato ad indagare il rapporto tra creatività e struttura, il sociologo decide di intervistare solo registi-autori e non registi-esecutori, affermando che solo il primo modo di svolgere la professione registica «esige un autentico impulso creativo» mentre il secondo «corrisponde ad un'accezione puramente tecnica ed industriale» [ibidem:

⁶⁴ Nell'edizione al volume del 1986 l'autrice inserisce una lunga prefazione inedita in cui sottolinea i cambiamenti avvenuti nel sistema dalla prima pubblicazione del libro (ad esempio come la nuova regolamentazione televisiva avesse avuto un impatto sul modo in cui produttori e scrittori creavano le storie ma non sul processo in sé) e suggerisce un nuovo titolo: da *The Hollywood Television Producer: his work and his audience* a *The Hollywood Television Producers: their work and their audiences*, pluralizzando la figura del produttore e neutralizzandone la connotazione di genere e non considerando più il concetto di *audience* come una massa unificata.

⁶⁵ Ispirandosi ai cori delle tragedie greche, gli autori definiscono "corica" la funzione culturale centrale della televisione: «il coro esprime le idee e le emozioni del gruppo, in contrapposizione a quelle degli individui. Il suo focus consiste nel largamente condiviso, nel ricordato, nelle risposte convenzionali che tengono in considerazione le nozioni socialmente approvate – perché socialmente testate – di eroismo, evento epico, e memoria collettiva». Basandosi su tipologie riconosciute dal pubblico, la televisione pone nuovi problemi e argomenti attraverso categorie "classiche", contribuisce alla conservazione della società e al tempo stesso al suo rinnovamento [Newcomb e Alley, 1983: 31].

⁶⁶ Cfr. dello stesso autore *I tecnici come classe*, Roma, Edizioni dell'Ateneo, 1959; *Gli avvocati italiani: inchiesta sociologica*, Milano, Edizioni di Comunità, 1967; *Arte come professione*, Venezia, Marsilio, 1974.

18]. A parte l'arbitrarietà sottesa alla definizione stessa di "autore" e alla relativa composizione del campione, questa scelta si traduce a mio avviso in un'occasione mancata – quella di esplorare, come suggerisce Cantor, le condizioni della creatività – e, pur nel lodevole tentativo di considerare questa professione in modo non mitico, rimarca il ritardo del nostro Paese nello studio delle industrie culturali e delle figure professionali che vi prendono parte. Per questo ritengo che il contributo di Muriel Cantor resti prezioso proprio per aver scavato intorno alle condizioni che consentono alla creatività di prosperare e per aver riconosciuto che per essere dei creativi in televisione non basta, appunto, la creatività, ma si deve aver avuto accesso ad un certa posizione di potere.

Questa seconda prospettiva sociologica, alla quale più esplicitamente il mio lavoro si ispira sia teoricamente che metodologicamente, si propone dunque di contestualizzare gruppi e individui che, con esperienze, ruoli e fini diversi, operano scelte e prendono decisioni collegate a storie di fiction, sulle quali poggiano le loro carriere; uno dei meriti maggiori di questi studi è, a mio avviso, di aver considerato in modo analitico la questione dell'autorialità, già emersa più volte nel corso del capitolo, cruciale in rapporto a qualsivoglia artefatto culturale e quanto mai problematica quando si ha a che fare con un oggetto pensato e realizzato industrialmente al punto che non era nemmeno immediatamente chiaro nella letteratura della prima ora sulla televisione "chi" (*who?*) – per riprendere la famosa formula di Laswell – avrebbe dovuto essere l'oggetto di studio in senso autoriale. Tant'è che i primi lavori che cercarono di portare l'argomento entro il seminato televisivo si concentrarono sulla figura del regista, mutuando questa impostazione dai *film studies* e comprendendo ben presto come la televisione non potesse in alcun modo essere considerata un "*director's medium*"⁶⁷: significativamente, infatti, sia *The American Vein* di Christopher Wicking e Tise Vahimagi, nel quale, come si desume anche dal sottotitolo (*Directors and Directions in Television*), gli autori cercarono di "catalogare" duecentocinquanta registi televisivi sulla stregua del lavoro svolto anni prima da Sarris sul cinema⁶⁸, sia *Television: the Director's Viewpoint* di John Ravage, un'analisi attraverso dodici interviste sul ruolo del regista come agente creativo nella televisione commerciale americana, arrivarono a dimostrare, quasi inavvertitamente, che l'*Autore* televisivo NON poteva essere considerato, *strictu sensu*, il regista. Non si tratta naturalmente di un *dictat*, ma i tempi di lavorazione ristretti e insindacabili, i limiti di budget, il numero diverso di progetti in cui lo stesso regista è coinvolto nel corso di un anno, il fatto di essere ingaggiato a show già rodato, di cui è impostato prima del suo arrivo lo stile visivo, sono elementi che inevitabilmente complicano, anche se non mancano le eccezioni⁶⁹, la possibilità di un'impronta

⁶⁷ L'operazione opposta, posizionando cioè al centro del mezzo cinematografico la figura dello sceneggiatore, fu intrapresa da Richard Corliss con il saggio *Talking Pictures: Screenwriters in the American Cinema. 1927-1973*, New York, Penguin, 1975.

⁶⁸ Di seguito i riferimenti per esteso dei testi citati: A. Sarris (1968), *The American cinema: directors and directions, 1929-1968*, Cambridge (Ma), Da Capo, 1996; J. W. Ravage, *Television: the Director's Viewpoint*, Boulder (CO), Westview Point, 1978; C. Wicking e T. Vahimagi, *The American Vein. Directors and Directions in Television*, New York, Dutton, 1979.

⁶⁹ La direzione delle puntate pilota e/o dei primi episodi di una serie può essere affidata a registi di fama in grado di conferire al prodotto uno stile personale: Gitlin ad esempio osserva che lo stile visivo del già citato e innovativo *Hill Street Blues* fu un'invenzione di Robert Butler, autore dei primi cinque episodi.

registica che si differenzi da quella dei colleghi e che sia in qualche modo riconoscibile. Ma se, in generale, non conta chi è seduto sulla sedia di regia, allora chi conta? Il saggio di Cantor è già dal titolo esplicito circa la paternità del racconto televisivo: la televisione è un “*producer’s medium*” per il fatto che le tre fasi maggiormente caratterizzate creativamente, la storia, il casting, l’editing/montaggio, sono sotto il controllo del *producer* o *hyphenate* [Cfr. Tunstall, 1993; Shubik, 1975; Kubey, 2004; Priggé, 2005], il quale a sua volta è limitato dalle «dinamiche produttive della situazione specifica» [Murdock, 1980: 132] che si genera sulla base della «centralità delle pressioni del mercato e dei valori dell’intrattenimento» [*ibidem*: 135]⁷⁰, i cosiddetti “*fiction-values*”⁷¹. Perciò «la televisione è a volte più un *writer’s medium*, a volte più un *producer’s medium*, e a volte sono le star ad avere più potere» [Gray, 2008: 28] e in ogni caso la creatività può “soffrirne”⁷². Questo spiega un altro dei vantaggi degli studi di questo secondo tipo: una riflessione più ampia, che comprenda formati diversi dello stesso prodotto, consente di contestualizzare e considerare con rigore la natura oscillante dell’autonomia creativa. Contestualizzazione doppiamente necessaria dal momento che nel sistema televisivo italiano non esiste una figura corrispondente a quella del *writer-producer* anglosassone che controlla le più importanti fasi del lavoro produttivo [Cantor, 1980] e la struttura del potere e della distribuzione di compiti e competenze produttive è quanto mai fluttuante ed incerta, meno strutturata di quanto non sia nel sistema americano.

La nostra categorizzazione approda infine al livello macro. Il lavoro di Todd Gitlin *Inside Prime Time* [1983] ne è l’esempio più autorevole: partendo da un’analisi sull’industria televisiva e sulla sua “egemonia ideologica” l’autore approda ad una riflessione più ampia sulla cultura americana a lui contemporanea, considerando tra l’altro la centralità del mezzo televisivo per il mantenimento dello *status quo* nell’arena politica. Ai fini di questo lavoro, il contributo del sociologo di Berkeley risulta particolarmente utile per l’attenta considerazione delle forme in cui è incorporata l’ideologia dominante nei programmi d’intrattenimento di prima serata e per la criticità con cui osserva come il sistema

⁷⁰ Murdock [1980: 136] riferisce infatti della profonda diversità che intercorre tra la produzione di un singolo pezzo per la televisione e il confezionamento di una serie: è nel primo caso che la creatività viene maggiormente incentivata, insieme a tematiche meno ortodosse o spinose rispetto al *mainstream* tematico della televisione. Il fatto che i film-tv, rispetto alle serie, attraggano un’audience più ristretta e siano meno sottoposti al “verdetto” del mercato (difficilmente sono pensati in un’ottica di esportabilità e non costituiscono l’investimento di punta delle reti), consente a registi, sceneggiatori e produttori di mettere in campo il proprio talento e di farsi conoscere in un mercato occupazionale fortemente concorrenziale. La situazione è parzialmente diversa se si considera il caso italiano, dove le pezzature brevi (le miniserie) sono sempre state la punta di diamante dei palinsesti e i prodotti più acquistati dai network stranieri. Il discorso sarà naturalmente ripreso nei prossimi capitoli.

⁷¹ Buonanno [1999: 174] definisce i “*fiction-values*” come «l’equivalente di ciò che per l’informazione sono i *news-values*: vale a dire un corpus di criteri di selezione e di rilevanza che presiedono alla costruzione delle storie di fiction». Per un’analisi su tali “valori” e sulla relativa negoziazione tra il network, i pubblicitari, la casa di produzione si veda ad esempio Anderson [1994, cap. VIII] sull’interessante caso di *Warner Bros. Present*, titolo collettivo per tre serie andate in onda su ABC tra il 1955 e il 1956.

⁷² Lo ha dimostrato efficacemente Mayerle [1991] studiando il caso di *Roseanne* (sitcom americana andata in onda su ABC dal 1988 al 1997): l’autrice mette in luce le lotte e le tensioni che si crearono sul set tra Roseanne Barr (una delle creatrici della serie e dei produttori esecutivi, oltre che attrice protagonista) ed altre figure creative in carica nella produzione dello show.

televisivo «incorpori in modo routinario alcuni aspetti facenti riferimento ad un'ideologia alternativa e ne rigetti altri inammissibili»⁷³ evidenziando la sua «natura auto-contraddittoria» [Gitlin, 1979: 251]. Mi spiego meglio: Gitlin sostiene che l'egemonia culturale opera attraverso il formato dello show (inclusa la sua rigida collocazione in palinsesto), il genere, il luogo dell'azione e la tipologia (statica) dei caratteri in scena, perfino attraverso le soluzioni narrative (gli episodi si chiudono quasi regolarmente con una soluzione trovata dall'eroe di turno che è così pronto per tornare sugli schermi la settimana successiva). Allo stesso tempo, queste strutture formali sono da considerarsi nella loro flessibilità dal momento che il sistema egemonico non è né statico né definitivo [*ibidem*: 264], sicché periodicamente si affacciano sui teleschermi programmi che rompono alcune convenzioni stilistiche e lanciano nuovi corsi, secondo un meccanismo di innovazione nel solco della tradizione, di cultura “alta” *shakerata* in un prodotto di massa, del quale ho discusso anche nel paragrafo dedicato a Bourdieu, dove peraltro facevo riferimento proprio a Gitlin e alla sua analisi di *Hill Street Blues* [1983: 273 e segg.]. Nell'ultimo decennio altri studi hanno cercato di esplorare il medesimo contesto collegando l'analisi sulla produzione alle più generali questioni che riguardano la cultura americana: penso ad esempio ai lavori di Julie D'Acci e Herman Gray che hanno coniugato l'analisi sul campo (un'etnografia della produzione di una serie per la prima, interviste in profondità per il secondo) con una più ampia discussione, rispettivamente, delle politiche di genere e della questione razziale⁷⁴.

A questi lavori va aggiunto anche *Prime-time television* della già citata Muriel Cantor [1980] che prendendo in parte le distanze dagli altri suoi lavori scelse di muoversi in una prospettiva più ampia rivolta ad esaminare il «processo totale»: riconoscendo infatti ai suoi precedenti sforzi analitici, e ai pochi studi che fino ad allora si erano occupati di un singolo gruppo professionale di “creatori” [Cfr. Faulkner, 1971], il merito di aver letto l'operato degli “artisti” nell'ambito della cultura popolare alla luce «del loro condizionamento da parte del sostrato organizzativo e dei rapporti lavorativi» [Cantor, 1980: 28] e insieme il limite di aver considerato soltanto questo aspetto, Cantor intende qui «dimostrare che lo sceneggiato televisivo è un prodotto di lotta e di scambio tra molteplici e differenti organizzazioni e gruppi» e lo fa usando un modello che «non è solo storico, ma anche sistematico e interattivo» [*ivi*], considerando cioè l'operatore culturale e il suo pubblico come soggetti calati in un contesto sociale caratterizzato dalla forte influenza del potere politico ed economico, che agiscono selettivamente sulla creatività e sui contenuti che il primo produce e il secondo sceglie, seleziona, elabora. Ne deriva un affascinante schema di controllo sociale che coinvolge il contesto legale (il governo, i regolamenti, i gruppi di pressione,

⁷³ È Raymond Williams in *Marxism and Literature* [1977] a insistere sulla differenza tra due diversi tipi di ideologia non dominante: da un lato le forme “alternative” (a cui fa riferimento Gitlin) che presentano una visione del mondo distinta ma supplementare e contenuta rispetto a quella dominante, dall'altro le forme “contrapposte” (*oppositional*), più rare all'interno della cultura commerciale, che si sostanziano in un ordine sociale autenticamente differente da quello dominante [Cfr. Gitlin, 1979: 263].

⁷⁴ Cfr. J. D'Acci, *Defining Women: Television and the Case of Cagney and Lucy*, Chapel Hill (NC), University of North Carolina Press, 1994; H. Gray, *Watching Race*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1995.

gli educatori, ecc.), organizzativo ed economico (i rapporti tra le società di produzione fornitrici di programmi e le reti che li finanziano e diffondono, ma anche tra queste e gli inserzionisti pubblicitari), produttivo in senso stretto (i rapporti di potere tra gli appartenenti al cosiddetto “personale creativo”), fino a considerare l’influenza del pubblico sui contenuti e sui produttori di contenuti. Da questa lettura l’autrice sottolinea che un programma di fiction è da considerarsi come il risultato finale di una serie di interazioni che avvengono tra diversi sistemi, ciascuno dei quali ha i propri obiettivi personali/istituzionali (accanto allo scopo, comune a tutti, di approdare alla realizzazione del prodotto) e le proprie responsabilità. Se lo schema di Cantor tratta le diverse “strutture di controllo” separatamente come una serie di costrizioni concatenate, ma non immediatamente ed indispensabilmente dipendenti l’una dall’altra, il più recente sistema “a cascata” proposto da Berkeley [2003: 115-117], che si occupa nello specifico del contesto britannico, è pensato invece su cinque livelli, ciascuno dei quali condiziona quelli successivi in una propagazione di costrizioni discendente, dal livello più elevato al più basso. Li riporto seguendo quest’ordine:

- (a) il mondo sociale che sta intorno all’industria televisiva (pressioni economiche, questioni legali, politica, rivoluzione tecnologica, ecc.);
- (b) la struttura generale dell’industria televisiva (il tipo di competizione, le relazioni di compra/vendita, il tipo di mercato, ecc.);
- (c) la posizione di un’organizzazione all’interno dell’industria televisiva nazionale (motivazioni, potere, strutture di management, ecc.);
- (d) l’organizzazione delle diverse case di produzione e delle strutture produttive delle reti (regole, principi di lavoro, linee editoriali, ecc.);
- (e) la specifica produzione di una serie e la sua gestione (contenuti, risorse, formato, pratiche, ecc.).

Fotografando una situazione di turbolenza del sistema ed un conseguente clima di “paura” che spinge ad attuare strategie di tipo conservatore, l’autrice discute dei modi in cui l’industria televisiva agisce all’interno di questo modello di influenze e pressioni stratificate, tentando di aggirarle, neutralizzarle, volgerle a proprio vantaggio, e giunge ad una conclusione che reputo significativa: Berkeley infatti sottolinea che la creatività è un elemento essenziale anche della parte manageriale del settore produttivo, e non solo quindi una prerogativa di chi vi occupa il versante artistico. È solo attraverso un agire creativo da parte delle più influenti forze produttive non-artistiche che queste riescono a far fronte alle costrizioni interne ed esterne che caratterizzano ogni processo produttivo.

In sintesi, appare chiaro come la categorizzazione a tre livelli (macro, meso, micro) proposta in questa sezione, pur risultando utile ai fini espositivi, sia nella pratica della ricerca tutt’altro che rigida. Questo vale anche nel caso del presente lavoro: ho detto infatti che esso è situabile ad un livello *meso* di analisi, dal momento che mi occuperò di una categoria professionale specifica e della fase del lavoro che la vede all’opera da protagonista; allo stesso tempo però il lavoro sul campo mi ha portata a seguire in modo più approfondito singoli casi produttivi e le mie riflessioni saranno comunque inserite all’interno del più ampio contesto produttivo di riferimento (il sistema televisivo italiano) e andranno a toccare altri

campi (la produzione di massa e la cultura in generale, lo stato, il sistema economico, ecc.).

1.4.2. Gli sceneggiatori televisivi. Una comunità occupazionale imperfetta?

Dopo aver lungo tutto il capitolo fatto riferimento alla figura dello sceneggiatore televisivo nel tentativo di delineare teoricamente il mondo che gli gira intorno, è arrivato infine il momento di posizionare l'attore cruciale di questo lavoro chiarendone i modi in cui intendo analizzarlo e le idee da cui prende le mosse la mia analisi dei dati. Una volta fugato ogni dubbio sulla natura collaborativa del suo lavoro e sul fatto che lo scrivere sul tavolo della cucina di casa propria non fa dello sceneggiatore un genio solitario, credo che riferirsi a questa figura professionale come ad un "artista", seppur "commerciale" [Griff, 1960], o come a un "produttore", di simboli, di cultura, di un bene non materiale [Macherey, 1966], non faccia poi molta differenza: per questo d'ora in avanti mi assumo la responsabilità di usare in modo intercambiabile questi termini convinta di non correre il rischio di essere fraintesa perché né ritengo che il secondo costituisca un «sacrilego retrocedere dall'estetico verso il mondano» né che usare il primo possa essere un incoraggiamento «a prendere in considerazione concetti mistici, idealizzati e totalmente non realistici circa la natura di questa sfera» [Wolff, 1981: 196]. Condivido piuttosto l'idea, che altri hanno espresso acutamente prima di me studiando il mestiere di chi scrive per la televisione, che «non si tratta più di sapere se ci sono degli autori che mancano al loro dovere di artista autonomo, ma di comprendere come, in un *contesto culturale preciso* segnato dall'industrializzazione della produzione televisiva, possano conciliare *nuove forme d'identità* e di relazione con l'opera» [Pasquier, 1995: 25; *enfasi mia*]. Questo significa: primo, attribuire alla *professione* una natura contingente [Hughes, 1952; Roth, 1974], riconoscere cioè che un campo professionale è un costruito sociale «di soggetti che agiscono in base ad un processo storico e contestualizzato in una trama di rapporti sociali» [Giannini e Minardi, 1998: 12]; secondo, affermare che il concetto stesso di "professione artistica" è «un'arma utilizzata dagli agenti sociali nella lotta degli status e nella costruzione delle identità collettive e individuali prima che un'etichetta neutra applicabile a discrezione dal sociologo» [Santoro, 1998: 119; Freidson, 1983].

Sono consapevole che il terreno di discussione intorno ai concetti di professione, professionalità, professionalizzazione e derivati è, per usare un eufemismo, *minato* e copre ormai un *range* di contributi che da soli stanno a dimostrare quanto si tratti di uno di quei campi semantici che «sfuggono con tenacia ai tentativi di fissarne i contorni in una definizione rigorosa» [Santoro, 1998: 116]⁷⁵. Preciso quindi che non è mia intenzione inserirmi in questo

⁷⁵ Per un'analisi sulla "professione" come *folk-concept* rimando a Santoro [1994; 1998]. Per ulteriori approfondimenti si vedano anche: Barber [1963]; Moore [1970]; Pavalko [1971]; Roth, Ruzek e Daniels [1973]; Prandstraller [1980]; Freidson [1973; 1986]; Abbott [1988]. Sulle questioni intorno a professionalità e professionalizzazione e sul concetto di "mestiere" rimando invece a: A. Baldissera, *Professionalità: un solo termine per molti significati*, in «Studi organizzativi», n. 3-4, 1982; F. Butera, *La professionalità come forza produttiva e come istituzione*, in «Sociologia del lavoro», n. 14, 1981; J. A. Jackson (a cura di), *Professions and*

concitato dibattito né cercare di fissare aprioristicamente degli “attributi”⁷⁶ al concetto di professione che possano calzare a pennello ai soggetti studiati: considero piuttosto, alla stregua di Bourdieu e dei suoi, quello di professione «non come uno strumento analitico ma come una rappresentazione sociale, come un modo di identificazione usato dagli agenti sociali, di cui ricostruire categorie percettive e strategie in quello che viene chiamato il “campo sociale”» [*ibidem*: 123; Cfr. Bourdieu e Wacquant, 1992]. Per questo cercherò, in sede di analisi empirica, di cogliere il *sens* di questo *saper fare* lavorativo dalle parole e dalla pratica degli intervistati, lasciando che la dialettica tra mestiere artigianale e professione intellettuale emerga dai miei dati e riservandomi quindi di prenderla criticamente in esame nelle considerazioni finali a questo lavoro.

Quel che fin d’ora desidero sottolineare è invece il fatto che lo sceneggiatore, collocato nell’attuale sistema televisivo nazionale, ci parla di un modo di produrre, ma anche di un modo di essere. Potremmo a buon diritto pensare di avere a che fare con una comunità occupazionale [Van Maanen e Barley, 1984]: essa raggruppa persone che condividono pratiche (di saperi, di capacità e relazionali), valori distintivi, orientamenti e forme di giudizio, aspettative comuni sulla base delle quali sviluppano un senso di identità – e di lealtà alla professione secondo il concetto di «comunità dentro la comunità» sviluppato da Goode [1957] – e che si cristallizzano in una cultura del lavoro unica. Confini (delimitati dai membri stessi), identità sociale (derivata direttamente dal ruolo occupazionale), gruppo dei membri quale gruppo di riferimento (con un rigoroso processo di socializzazione) e relazioni sociali (che portano a mescolare tempo lavorativo e vita privata) sono i quattro pilastri a partire dai quali Van Maanen e Barley [1984] definiscono una comunità occupazionale. Gli autori avvertono altresì che «una professione non è di per sé una comunità occupazionale, anche se alcune delle unità o specializzazioni in cui si suddivide possono esserlo» [*ibidem*: 318]: in altri termini, se consideriamo lo sceneggiatore come una professione, quella degli sceneggiatori televisivi potrebbe essere vista come una comunità. Potrebbe. Non mi sento di escludere che lo sia, ma di certo lo è in un modo poco ortodosso: innanzitutto, perché i membri stessi non sembrano concordi rispetto ai confini entro cui delimitare il proprio gruppo di appartenenza e tendono talora ad allargarli (agli sceneggiatori cinematografici) e talaltra a restringerli (ai soli sceneggiatori della serialità intesa in senso industriale); e, di conseguenza, perché l’identità sociale del singolo (in funzione del ruolo ricoperto) e la cultura condivisa dal gruppo non sono incorporate in modo omogeneo da tutti i membri

Professionalization, New York, Cambridge University Press; A. Monasta, *Définir une nouvelle professionnalité*, in «Éducation permanente», n. 81, 1985; G. Millerson, *Dilemmas of Professionalism*, in «New Society», vol. 4, 1964; A. Ranieri (a cura di), *Il sapere e il lavoro*, Milano, Angeli, 1999; A. Santoni Rugiu, *Nostalgia del maestro artigiano*, Firenze, Manzuoli, 1988; G. Satta, *Saper e saper fare. Cultura e professionalità viste dal mondo produttivo*, Rimini, Maggioli, 1984; H. L. Wilensky, *The Professionalization of Everyone?*, in «American Journal of Sociology», vol. 70, 1964.

⁷⁶ Il cosiddetto *attribute approach* o *trait approach* è considerato una delle prospettive meno utili nella tradizione di studio delle professioni [Roth, Ruzek e Daniels, 1973: 310]. L’esempio più illustre e citato è quello di Greenwood [1957] ma liste di attributi, che in parte si sovrappongono ma che differiscono tutte tra loro, si trovano anche in: E. Gross, *Work and Society*, New York, Thomas Y. Crowell, 1958; B. R. Blishen, *Doctors and Doctrines: The Ideology of Medical Care in Canada*, Toronto, University of Toronto Press, 1969; e molti altri [Cfr. Prandstraller, 1977; Roth, Ruzek e Daniels, 1973].

ma, sulla base di un sostrato comune, si definiscono in un certo numero di sottoculture, che danno la misura della segmentazione interna alla comunità stessa [Bucher e Strauss, 1961]. Se quindi il concetto di comunità occupazionale non è da intendersi in senso stretto, tuttavia è anche di esso che ho tenuto conto nel delineare le quattro aree di indagine, indicatori di una possibile appartenenza comunitaria, sulle quali intendo riflettere:

- (1) l'accesso a e l'incorporamento di conoscenze (esoteriche), abilità e codici specifici⁷⁷ che guidano il singolo nella sua azione lavorativa individuale, nelle sue relazioni con gli altri membri e nella riproduzione della comunità stessa;
- (2) il riconoscimento in una comune "cultura" occupazionale, fatta di credenze (*ideologie*) e meccanismi per affermarle (*forme culturali*), attraverso la quale «i membri imparano a esprimere valutazioni morali sul "dovere" e il "potere", definendo cosa è giusto o sbagliato provare, pensare, e fare» [Trice, 1993: 20];
- (3) una struttura di posizioni mobile ma diseguale dal punto di vista delle ricompense economiche, del potere (simbolico) di contrattazione, del capitale culturale⁷⁸ propri di ciascun membro o di gruppi distinti all'interno della stessa comunità;
- (4) una definizione dell'*in-group* sulla base delle sue relazioni con l'esterno, che possono essere di controllo, di negoziazione, di subalternità.

In definitiva, nell'intreccio di due dimensioni di segno opposto – una dimensione culturale (punti 1 e 2) della professionalizzazione [Douglas, 1982; Mars, 1982] e una dimensione strutturale (punti 3 e 4) legata ad un sistema gerarchico di posizioni e a regole formali – i temi fondamentali da considerare saranno quindi: la formazione, la selezione e la socializzazione, la questione dei confini in entrata e in uscita (legata anche al concetto weberiano di "chiusura sociale") e il riconoscimento giuridico degli appartenenti, la costruzione di un'*expertise* e la performance di ruoli diversi raggruppati sotto lo stesso "cappello" occupazionale; ma anche i percorsi di carriera e la definizione di posizioni differenziate all'interno del campo, le lotte che lo strutturano e ristrutturano, il suo livello di autonomia, ovvero la capacità di controllo sull'operato professionale, e i rapporti con l'esterno (con organizzazioni, altre comunità professionali, stato, mercato, pubblico, ecc.).

⁷⁷ Sulla comunità come spazio epistemico e comunità di pratica, si rimanda a Lave e Wenger [1991].

⁷⁸ «Lo *skill* [che secondo gli autori è stato sostituito dal concetto di capitale culturale di Bourdieu] è diventato per i sociologi delle professioni un elemento importante nelle loro analisi perché ha così permesso di connettere la conoscenza professionale al sistema di stratificazione sociale» [Giannini e Minardi, 1998: 14].

Conclusioni. Il dado è tratto

A questo punto il sottotesto di quanto intendeva la signora delle pulizie del circo (chiamata in causa all'inizio del capitolo) quando diceva di lavorare nell'industria dell'intrattenimento dovrebbe essere chiaro: i mondi dell'arte, o i (sotto)campi della produzione culturale, sono dei mosaici tanto affascinanti quanto complessi. Più che del fascino questo capitolo si è occupato della complessità dell'oggetto di studio, che mi pare essere principalmente di due tipi: da un lato, la quantità di individui coinvolti nella realizzazione anche di un singolo oggetto culturale, un coinvolgimento che comporta negoziazioni più che giustapposizioni, dall'altro, il numero di fattori (culturali, economici, politici, sociali, storici, ecc.) che influiscono sulla stessa.

Prendiamo la fiction televisiva. In quanto bene culturale, essa circola in due economie contigue e cambia ruolo non appena inizia a circolare: da un lato, nell'economia finanziaria il bene che è stato venduto dal distributore diventa un produttore di audience da vendere agli inserzionisti pubblicitari, dall'altro, nell'economia culturale il bene venduto diventa un produttore di «significati, piaceri e identità sociali» [Fiske, 1987: 311-312]. Il suo doppio valore, monetario e simbolico, permea di sé l'intero iter produttivo ed inizia a circolare molto prima di arrivare sugli schermi: possiamo considerare la rete e il produttore indipendente come i terminali del valore economico, mentre gli attori, i registi e gli sceneggiatori come i principali terminali simbolici; allo stesso tempo, i primi mettono in circolo anche la propria idea di televisione e di pubblico andando ad incidere sul contenuto del prodotto e i secondi beneficiano dell'essere inseriti in un'economia di mercato dalla quale ricavano molto più che un semplice sostentamento (in termini di cachet e di *royalties*).

Questo significa che, da qualunque parte si decida di considerarla, la questione della produzione di cultura avrà sempre e innanzitutto a che vedere con due addendi: il potere e la creatività, il denaro e l'arte, i limiti e la libertà, il calcolo e il rischio, le strategie e l'ignoto. Dal momento poi che ho dichiarato, per dirla con Becker [1967], "da che parte sto", è chiaro che questi addendi saranno analizzati da una certa prospettiva e collocati all'interno di un processo determinato: la prospettiva è quella dello sceneggiatore televisivo, il processo quello della fase di scrittura di una fiction con la quale ha inizio la costruzione di una storia per il piccolo schermo.

In linea con Irene Shubik [1975: 227], che studiando la produzione cinematografica afferma che «se c'è qualcosa di prevedibile in essa, è il fatto di essere imprevedibile», il presente capitolo può essere considerato come un modo per affermare la portata, storica e sociologica, di tale imprevedibilità riconoscendo in alcuni contributi i referenti indispensabili per affrontarla: in tal senso, e in estrema sintesi, Becker e la scuola interazionista contribuiscono a situare questo lavoro in una prospettiva più "*emic*" che "*etic*"⁷⁹; Bourdieu e i suoi sono stati

⁷⁹ La distinzione è usata com'è noto da Harris per distinguere gli studi che cercano di capire e descrivere il mondo dalla prospettiva dei soggetti studiati da quegli studi che invece cercano di comprendere quel mondo usando variabili che restano tipicamente nascoste a coloro che vengono studiati. Si rimanda perciò a M. Harris, *The rise of anthropological theory*, New York, T. Y. Crowell, 1968 e *Why a perfect knowledge of all the rules that one must know in order to act like a*

fondamentali nel definire il campo sociale in termini di autonomia/eteronomia e per situare al suo interno le lotte tra posizioni; e infine gli studi dell'approccio della produzione di cultura e con essi quelli sulla produzione televisiva hanno rappresentato un *know-how* utile per farmi un'idea delle ricerche già condotte e per spingermi a riflettere anche in termini comparativi (dal momento che la maggior parte di questi contributi appartengono all'area anglosassone). Nel complesso, queste letture mi hanno aiutato a non sentirmi sola in quel viaggio chiamato ricerca e in quella sfida, affrontata nei prossimi capitoli, che va sotto il nome di analisi.

native cannot lead to a knowledge of how natives act, in «Journal of Anthropological Research», vol. 30, 1975, pp. 5-22.

capitolo secondo

Produrre serialità in Italia. Una prospettiva di frammenti storici

*“Il mercato è un grande stimolatore di creatività
quando si tratta di produrre.
Ma fomenta la ripetitività sonnolenta
quando si tratta di vendere,
con l’aiuto della televisione.
Vuole i programmi più facili, ripetitivi e sicuri”*
– Beniamino Placido –

Introduzione

La produzione seriale di testi narrativi, inestricabilmente legata alla storia dell’industria culturale stessa, viene considerata in queste pagine nella sua natura processuale. La serialità infatti è da intendersi come un processo, o il «risultato di processi» [Abruzzese, 1984a: 49], che caratterizza il prodotto-opera in ogni sua fase, dalla produzione (con un modello industriale, collettivo e a flusso continuo di organizzazione del lavoro) alla fruizione (il ritmo del consumo è scandito in blocchi temporali definiti che diventano per il pubblico – di lettori o spettatori – un appuntamento fisso), oltre che essere prerogativa, naturalmente, dello stesso racconto (la frammentazione della storia segue precise regole narrative).

Questo strutturarsi su basi seriali del prodotto mediale ha seguito logiche e tempi differenti a seconda del medium che lo veicolava e del paese che ne era il produttore; inoltre, il fenomeno della serializzazione non ha interessato in modo simultaneo i territori compresi tra la produzione e il consumo. Nel caso della fiction italiana, ad esempio, possiamo parlare, nell’ordine, di una serialità del testo, della fruizione, e in ultima istanza della produzione. L’obiettivo di queste pagine è proprio di mettere a fuoco l’evoluzione storica delle pratiche seriali da un punto di vista ancora poco considerato nel nostro Paese, nella convinzione che per capire la serialità sia necessario far emergere «tutta la serie di automatismi su cui si fonda socialmente» [Abruzzese, 1983: 25]. Diversamente dagli studi americani infatti, cui si è già fatto riferimento nel capitolo precedente, che collocano le dinamiche produttive dei “mondi dell’arte” in una prospettiva storico-sistemica di ampio respiro, le analisi svolte nel nostro Paese, almeno quelle riguardanti la fiction televisiva, risultano ancora piuttosto frammentate, sbilanciate sul testo, sui contenuti e le sue forme, o sul pubblico e le pratiche di consumo, oppure considerate solo marginalmente nell’ottica di una più generale storia del mezzo televisivo. Questo è in parte dovuto al fatto che la macchina seriale è di recente rodaggio, ha proceduto a singhiozzo e non può dirsi ancora del tutto funzionante.

Da parte mia, sono convinta dell'utilità di riflettere in via preliminare ed introduttiva al campo proprio sulle trasformazioni che hanno segnato il mondo della fiction, portando ad una sua progressiva *razionalizzazione* produttiva.

Cercherò quindi di fornire una visione d'insieme del *fare fiction* in Italia, a partire da molto prima che il termine stesso (fiction), usato peraltro in modo improprio⁸⁰, diventasse di uso comune: dagli inizi "artigianali" dello sceneggiato all'italiana ai primi studi sulla possibilità di applicare un sistema di lavorazione più organico; dalle prime *factory* di giovani creativi, organizzatesi intorno a produttori e direttori di rete "illuminati" alla riorganizzazione interna dei broadcasters per sostenere un *nuovo corso* del romanzo popolare televisivo. Questo ideale viaggio di oltre mezzo secolo, teso a chiarire alcuni dei meccanismi sociali del *farsi industria* di un mondo attraverso uno sviluppo tutt'altro che lineare, si conclude con l'istantanea scattata sulla situazione attuale che combina una serie di informazioni sul volume dell'offerta e sui costi del mercato con un glossario seriale essenziale, allo scopo di contestualizzare l'analisi empirica dei capitoli che seguono.

2.1. Gli inizi. Un sistema artigianale per confezionare fiction evento

In questo paragrafo illustrerò brevemente i primi "vagiti" della serialità televisiva sulla base di un elementare ma essenziale confronto tra l'America e l'Italia. Naturalmente non è questa la sede per condurre una disamina approfondita sulla storia dei *television drama* a stelle e strisce, peraltro già fruttuosamente indagata altrove [Cfr. ad esempio Shubik, 1975; Kubey, 2004; Nelson, 2007], ma ritengo indispensabile farvi accenno proprio per sottolineare la forte discrasia tra i due sistemi produttivi fin dagli albori: troveremo, da un lato, la tendenza alla produttività e al massimo profitto, sorretti da un'organica razionalizzazione dei ruoli e dei compiti, e dall'altro, una visione artigianale e fortemente destrutturata dell'opera filmica.

2.1.1. Una premessa americana. Agli albori della serialità

Di meccanismi seriali, in un mix variamente shakerato di ripetizione e innovazione [Asor Rosa, 1983], in cui «l'utente crede di godere della novità della storia mentre di fatto gode di uno schema narrativo costante» [Eco, 1985: 129], sono pregni i media, dalla letteratura al cinema, passando per la radio e, ultimo

⁸⁰ Dal punto di vista terminologico, l'inglese *fiction* copre infatti un'area semantica considerevolmente ampia, riferendosi in generale ad ogni opera di immaginazione e di fantasia; «nel suo significato più diffuso, tuttavia, il termine fiction designa una forma specifica di produzione immaginaria: la narrativa, il racconto di serie o, ancora con una espressione inglese, lo story telling. A seconda dei diversi linguaggi e dei diversi media di comunicazione a cui si accompagna, la *narrativa* o *fiction* può essere orale (i racconti dei bardi e dei cantastorie), scritta (i romanzi), cinematografica (i film), e finalmente televisiva (serie e serial, miniserie e film-tv). Per fiction televisiva, dunque, si intendono le storie che vengono create e realizzate espressamente per il piccolo schermo» [Buonanno, 2007: 241]. Nella definizione di Grignaffini [2004: 55], la fiction «si caratterizza per la presenza di una forma di racconto, di una ricostruzione degli spazi, di un mondo popolato di attori, scandito da eventi e passioni già previste e preordinate da una sceneggiatura e, quasi sempre, da un montaggio che permette di andare avanti o indietro nel tempo».

arrivato, il web. Di più, il ricorso alla formula seriale che da un lato fidelizza lo spettatore, creando una consuetudine alla fruizione e un sentimento di appartenenza, e dall'altro consente il formalizzarsi e istituzionalizzarsi degli apparati produttivi dell'industria culturale, «caratterizza la storia di ogni medium nel momento in cui esso diventa mezzo di comunicazione di massa» [Cardini, 2004: 19]. Si pensi ad esempio alla diffusione della stampa, con la narrativa a puntate in Europa (il *feuilleton* e le dispense inglesi) e le *daily strips* negli States; ma anche al serial cinematografico, che nacque negli anni Dieci, con il *Fantômas* francese e alcune proposte al femminile negli Stati Uniti, ed ebbe la sua fortuna tra gli anni Trenta e Cinquanta [Bordwell e Thompson, 1994]; e infine alle *soap opera* radiofoniche, collocate in orari morti del palinsesto e prodotte per sponsorizzare detersivi [Hagedorn, 1995; Natale, 2005], che diventarono una vera miniera di ascolti, al punto da essere “rubate” dalla neo-nata televisione, alla quale viene riconosciuta fin da subito una propensione naturale per la struttura seriale:

«la televisione, la cui modalità di ricezione è rappresentata da un flusso discontinuo, trova nel telefilm a episodi un modello che riproduce in miniatura l'articolazione dei suoi tempi organizzativi; e per giungere all'affermazione del nuovo mezzo, elaborò la continua discontinuità del serial come *suo* strumento capace di avvincere il pubblico» [Elsaesser in Casetti, 1984a: 147].

Oltre all'influenza della radio, da cui apprende come far fronte alla necessità di produrre molte ore con pochi soldi, la televisione è debitrice anche nei confronti della serialità cinematografica [Innocenti e Pescatore, 2008: 4-6]. Non solo per il fenomeno del *divismo*, dovuto proprio alla ripetitività dei personaggi e alla conseguente fidelizzazione del pubblico, ma soprattutto perché, come vedremo, dal cinema mutua i meccanismi propri dello *studio system*⁸¹. Il successo di serie quali *'What Happened to Mary'* (1912)⁸² spingono altre compagnie di produzione a lavorare su prodotti simili e a sviluppare «quanto di più vicino sia mai esistito in campo cinematografico a una rigida organizzazione fordista del lavoro» [Dall'Asta, 1999: 315]. Nel momento in cui la serialità diventa “diffusa”, alle dinamiche produttive, alla fruizione, al marketing pubblicitario, la produzione di merce seriale diventa infatti produzione di un mercato [Pisanti, 1984: 80], in

⁸¹ La Hollywood classica era divisa in cinque Major (le cosiddette *Big Five*: MGM, WB, Paramount, RKO e 20th Century Fox) e tre Minor (le *Little Three*: Universal, Columbia e United Artists). La forza dello *studio system* consisteva nel controllo completo di tutti gli aspetti della produzione di un film, fino addirittura all'esercizio dal momento che le Big Five possedevano ciascuna una catena di sale cinematografiche (i film rimanevano in cartellone fino a quando i soldi spesi per la produzione non fossero rientrati per intero, e più). La politica dell'oligopolio su cui si fondava lo studio system, che durò all'incirca dal 1925 al 1955, costituisce uno dei fattori del successo dell'impero classico hollywoodiano, insieme allo *star system* e alla strategia dei generi cinematografici. Fu comunque un fenomeno che mai riuscì ad eliminare del tutto la “concorrenza” degli “indipendenti”, ovvero delle case di produzione o dei produttori non conformi al sistema (si pensi a Charlie Chaplin, Walt Disney, ma anche agli studi della cosiddetta “*poverty row*”, strada della povertà, come la Monogram o la Republic, specializzate in B-Movies). Sull'epoca dello *studio system* esiste una nutrita bibliografia; rimando in particolare a: G. Fernett, *Hollywood's Poverty Row. 1930-1950*, Satellite Beach (FL), Coral Reef Publications, 1973; T. Schatz (1988), *The Genius of the System: Hollywood Filmmaking in the Studio Era*, London, Faber and Faber, 1998; M. Gieri, *Cinema. Dalle origini allo studio system (1895-1945)*, Roma, Carocci, 2009.

⁸² Capostipite del genere, si tratta di un serial in dodici episodi distribuito a cadenza quindicinale a partire dal luglio 1912, con la regia di W. Edwin e J. Seale, e prodotto dalla Edison in accordo col periodico mensile «McClure's Ladies World» che pubblica a puntate le storie della diciottenne Mary (il legame cinema-stampa sarà fondamentale dal punto di vista pubblicitario).

grado di rispettare gli standard produttivi e al tempo di rispondere al bisogno dei consumatori di «riudire sempre la stessa storia, di trovarsi consolati dal *ritorno dell'identico*, superficialmente mascherato» [Eco, 1985: 129].

In particolare, la fiction televisiva nasce in America nella forma del *teledrama*, prodotto per il *prime time* e trasmesso in diretta, per rafforzare l'immagine del nuovo medium e allargarne il bacino di utenza, puntando sulle famiglie delle aree suburbane. Quelli che noi italiani abbiamo a lungo chiamato *television film* iniziarono ad invadere le tre reti principali (Abc, Cbs, Nbc) già dai primi anni '50.

I modelli narrativi di riferimento furono principalmente la radio e i fumetti, dai quali assorbirono la «stessa ripetizione per generi (western, sitcom, polizieschi, ecc.), [la] stessa ripetizione di personaggi e di luoghi tipici che diventano familiari al pubblico sia dei lettori che degli spettatori, [e gli] stessi fenomeni di fanatismo» [Grasso, 2007: 12]. Il modello produttivo, ovvero di organizzazione pratica del lavoro, fu invece prevalentemente quello già collaudato nel settore cinematografico. L'industria televisiva americana diventò in breve un colosso altamente strutturato; ci riuscì standardizzando i suoi prodotti, organizzando con rigore il comparto produttivo, pensando la messa in onda in un'ottica di mercato. Così, dai teledrammi dal vivo prodotti a New York e organizzati secondo il formato delle serie antologiche – che attingevano dai classici del teatro e della letteratura ma seppero quasi subito veicolare nuovi canovacci narrativi – alle serie episodiche – il testo si evolve per formati e generi, dalla *sitcom* alle *drama series*, dal *fantasy* al poliziesco – registrate su pellicola negli *studios* di Hollywood, diffidenti verso il nuovo mezzo ma bisognosi di entrate monetarie vista la crisi in cui versava il cinema [Anderson, 1994], il passo fu breve. La produzione ricalcò inizialmente la tradizione dello *studio system*, con case di produzione indipendenti, specializzate in un genere, che vendevano il prodotto confezionato al network commerciale, che a sua volta vendeva agli inserzionisti gli spazi pubblicitari [Scott, 2005].

Sul finire degli anni '50 la macchina seriale aveva già oliato molti degli ingranaggi che ne hanno fatto una straordinaria industria dell'immaginario globale, quella che «ogni anno porta alla messa in onda di una cinquantina di nuove serie, tutte nell'arco di un paio di settimane» [Visca, 2007a: 27], in seguito ad un lungo e complesso rituale produttivo, scandito allo stesso modo anno dopo anno (la *development season* invernale, la realizzazione dei piloti entro fine aprile, il processo di “*pick up*” attraverso cui ciascuna rete sceglie tra un centinaio di piloti una decina di progetti destinati a diventare *drama series*), serie dopo serie, puntata dopo puntata [Cfr. Douglas, 2005; Nelson, 2007; Visca, 2007b]. Un sistema di gestione produttiva della serialità dunque che, come vedremo nelle prossime pagine, è del tutto estraneo alla nostra concezione del mezzo televisivo, sia quella del periodo dello sceneggiato che della più recente serialità (all'italiana).

2.1.2. Tra teatro e cinema: l'epoca dello sceneggiato Rai

Diversa è la situazione nel nostro Paese, che ha pagato (e paga) un ritardo considerevole dovuto ad un insieme di fattori, tra cui principalmente: la nostra tradizione culturale unita alla missione pedagogica della tivù di stato delle origini; un sistema produttivo caratterizzato dal fatto di «non essere ancora sistema»

[Abruzzese, 1984a: 169]; una formula seriale per la verità ben poco serializzata⁸³; e un certo pregiudizio nei confronti del piccolo schermo da parte dei cinematografari, e degli intellettuali in generale. Per questo, come osserva Abruzzese [1984b: 53], se si guarda alla produzione italiana di serialità si osserverà una storia di frammenti seriali intervallati a periodi di lacerazioni e assenze, ovvero a «forti discontinuità interne alla storia della nostra industria culturale». Ma andiamo con ordine; seppure, appunto, frammentato.

In Italia questo particolare linguaggio espressivo si impose nella forma dello *sceneggiato* (denominato anche “romanzo sceneggiato”, “romanzo televisivo” o “teleromanzo”) e per un ventennio fu questo il termine con cui si designò *LA* fiction italiana. Gli sceneggiati erano adattamenti letterari – il primo fu *‘Il dottor Antonio’* in quattro puntate trasmesso a partire dal 16 novembre 1954 – tratti per lo più dai classici della narrativa, scanditi in puntate (in genere da 2 a 6) e girati prevalentemente in interni con tecnologia elettronica.

Inizialmente trasmesso in diretta con gli attori che interpretavano la vicenda tutta di seguito, il nuovo racconto televisivo tendeva ad assomigliare più al teatro di posa che al cinema. Erano infatti teatrali: gli attori, «provenienti dall’area periferica del teatro di prosa e dalle cooperative di doppiaggio» [Alessandrini, 1984: 205], veterani della scena legati per lo più a ruoli fissi⁸⁴; le scenografie (palcoscenico con quinte e fondali, quindi meno costoso dei luoghi di ripresa cinematografici e più adatto ad uno studio televisivo); il linguaggio e di conseguenza lo stile narrativo (la sceneggiatura era scandita in atti e i dialoghi, spesso veri e propri monologhi, prevalevano sulle azioni); il taglio registico (anche quando più tardi sarà possibile ricorrere al montaggio l’impostazione del “teatro filmato” sarà a lungo prevalente). E dal teatro, ambiente più serio e morale del cinema – «Non voglio far entrare i produttori cinematografici coi loro pacchetti di cambiali in via del Babuino» tuonava il commediografo Sergio Pugliese, allora direttore dei programmi [De Fornari, 1990: 21]⁸⁵ – lo sceneggiato mutò anche il piano di lavorazione: una settimana di prove, debutto il sabato sera (in onda in diretta) e replica la domenica (sempre in diretta), il tutto ripreso contemporaneamente da quattro telecamere.

In un primo momento, il cinema resta dunque alla porta: è un referente secondario, ispiratore al massimo di qualche audace movimento di macchina, della profondità di campo per esaltare la drammaticità, e dell’uso di voci *off* (fuori campo). Per quanto riguarda i registi, essi provenivano sia dal teatro (Mario Landi, Silverio Blasi, Edmo Fenoglio) che dal cinema popolare (Anton Giulio Majano, Vittorio Cottafavi, Daniele D’Anza) ed erano spesso autori o co-autori

⁸³ Costa [1971: 52] parla al riguardo di una «serialità in accezione debole, vale a dire una serialità che riguarda il versante della fruizione».

⁸⁴ Dal momento che le registrazioni avvenivano spesso negli studi di Milano, ben presto si aggiunsero attori del Piccolo; invece, «nessun divo del cinema lavora in tv, perché la televisione imbruttisce, paga male e non è di moda» [De Fornari, 1990: 21].

⁸⁵ Il suo ruolo è descritto come quello di un “monarca assoluto”: al pari di Harry Cohn e Jack Warner, a capo rispettivamente della Columbia Pictures e della Warner Brothers, è lui a scegliere i testi, il cast, i registi [*ibidem*: 24]. Per sua iniziativa cominciano a circolare per i corridoi della Rai «alcuni giovani studiosi e storici di teatro che, sulla scia delle indicazioni espresse dai “teledrammi” dell’americano Paddy Chayefsky, si rifanno ampiamente alle tesi ed agli schemi dello “specifico televisivo”: una teoria che tende a ribadire ed a fissare, anche in Italia, il primato della scena teatrale, del personaggio e del dialogo, avallando la prassi televisiva che esalta la “centralità” dello studio e il ruolo della telecamera al servizio dell’azione» [Alessandrini, 1984: 203].

anche dell'“adattamento/traduzione” – questa la dicitura da *credits* – dell'opera televisiva. La figura dell'autore televisivo era incarnata da abili professionisti ai quali la televisione delle origini deve gran parte delle sue fortune (la crescita degli indici di ascolto è stata largamente favorita dal boom del racconto popolare per immagini): essi si trovavano spesso a ricoprire il doppio ruolo di soggettista/sceneggiatore e regista⁸⁶, ovvero a partecipare ad un progetto fin dalle sue prime fasi di ideazioni. Scorrendo i *credits* del periodo due aspetti mi sembrano interessanti: il ristretto numero di professionisti coinvolti (che firmavano più di un'opera) e la consuetudine a lavorare in gruppi ristretti di scrittura, composti al massimo da quattro persone. Pur non avendo molte informazioni sul periodo possiamo quindi affermare che la comunità occupazionale era numericamente piuttosto ristretta e poco strutturata per quanto riguardava la divisione del lavoro, con un'alta intercambiabilità di ruolo (il regista faceva anche lo sceneggiatore e viceversa).

Questa prima fase della fiction, che si protrasse dalla nascita della televisione, nel 1954, alla fine degli anni Sessanta è considerata una sorta di *golden age*⁸⁷: alla narrativa televisiva veniva riservata l'importanza di un grande evento che raccoglieva attorno a sé tra i dieci e i venti milioni di persone, fruitori voraci di questa «biblioteca domestica di base»⁸⁸ [Buonanno, 1999: 62]. Non si dimentichi che quella fu l'epoca della Rai di Bernabei (diventone presidente nel 1961), del *broadcaster* unico⁸⁹, a due e poi a tre canali⁹⁰, che doveva prima di tutto educare, ispirando buoni sentimenti, purezza dei costumi, e tutti quei valori che si sposavano perfettamente alla “dottrina” diffusa dai governi cattolico-moderati. Era anche la Rai a due velocità, due linee di tendenza contraddittorie eppure conviventi: «da una parte ampio spazio alla sperimentazione di linguaggi e stili nonché alla pluralità dei contenuti, dall'altra parte un rigido controllo politico sull'informazione e sulla presunta “moralità” della programmazione» [Sorice, 2002: 67]⁹¹. La serialità che timidamente appare dagli esperimenti nazionali è relativa ad una sperimentazione di tipo puramente testuale e fa leva sulla matrice popolare delle storie rappresentate: il riferimento a romanzi noti per lo sceneggiato (e quindi a storie di cui si conosce per lo meno l'andamento generale, per cui si sa cosa aspettarsi) o a schemi narrativi basati sulla ripetitività per il

⁸⁶ Analizzando i *credits* contenuti nelle teche Rai delle opere di fiction andate in onda tra il 1954 e il 1969 (119 in tutto), in 53 di queste il regista firma anche come sceneggiatore, unico (in 15 casi) o con altri (nei restanti). Cfr. www.teche.rai.it/storia/fiction/.

⁸⁷ Allo stesso modo si parla di *golden age* televisiva in America per il periodo compreso tra la fine degli anni Quaranta e l'inizio degli anni Sessanta legato al fortunato seguito che ebbero alcuni *teledramas* (come ad esempio *'I love Lucy'*, 1951, e *'The Twilight Zone'*, tit. ita. *'Ai confini della realtà'*, 1959) [Grasso, 2007].

⁸⁸ Lo sceneggiato attinse ai romanzi popolari di Cronin, della Brönte e della Alcott, dei “nostri” Ruffini e Fogazzaro, ai grandi classici, *in primis* le opere di Dostoevskij, e alla storia, più o meno romanzata. Altri due filoni caratteristici del periodo furono il giallo, mutuato dai romanzi stranieri (Simenon) e italiani (Roda), e i racconti brevi della narrativa contemporanea o quasi (Cassola, Pavese, Moravia, ecc.), insieme ai “bozzetti del vero”, costruiti su “casi morali” per fornire spunti di riflessione e dialogo (penso alla serie *'Vivere insieme'*, 1962).

⁸⁹ Sul ruolo della televisione pubblica come “sfera pubblica” rimando a Aufderheide [1991].

⁹⁰ Rai Due è del '61, mentre Rai Tre fu istituita in seguito alla Riforma del 1975 (legge n. 103).

⁹¹ In quegli anni erano infatti state diffuse delle norme di autodisciplina (il codice Guala), ovvero una guida per i censori per proibire scene e linguaggi ritenuti troppo trasgressivi.

cosiddetto “originale televisivo”, privo di una matrice letteraria⁹². Ma fino ai primi anni Ottanta il racconto viene “spalmato” al massimo sulle quattro/sei puntate, mentre sono davvero rari gli esempi di otto/dieci episodi (*‘Giallo Club’*, 1959, *‘I miserabili’*, 1964, *‘Le inchieste del commissario Maigret’*, 1964/65, e pochi altri titoli).

Nel frattempo nell’officina milanese della Rai, dove inizialmente venivano girati i teleromanzi, procedeva la virata cinematografica del formato: nel 1962, l’avvicinamento era già avvenuto con l’introduzione dell’ampex (in anticipo sulle altre televisioni europee)⁹³, che permise di abbandonare la diretta e di organizzare le riprese come al cinema (anche se le scene venivano comunque registrate per intero e di seguito perché il taglio del magnetico era quasi impossibile), e con un maggiore sforzo scenografico, di riprese in esterni, costumi ed effetti (come lo studio 3 di Milano allagato per simulare un’alluvione). Il teleromanzo continua ad essere girato principalmente in studio, «facendo essenzialmente leva sui contributi e sulle risorse tecnico-organizzative della produzione interna» [Alessandrini, 1984: 207], mentre per le riprese in esterni anche i padri spirituali dello sceneggiato prima maniera cedono al fascino della macchina da presa⁹⁴.

Il salto definitivo avviene con i *‘Promessi Sposi’* (8 puntate in onda nel 1967 sul Programma Nazionale) del regista Sandro Bolchi: «un’operazione realizzata secondo i più rigorosi dettami della tradizione pedagogica Rai, ma anche un piccolo tradimento di quella stessa tradizione» [Fabbri, 2003: 158], per il fatto che costò una cifra allora impensabile per gli sceneggiati in studio. Da allora, il referente nobile della fiction diventerà stabilmente il cinema: vengono sfruttate tecnologie diverse (la pellicola), inizia uno scambio continuo sia di interpreti che di registi, aumenta il capitale investito, e la dicitura “film per la tv” sostituisce il più desueto “sceneggiato”, almeno nei lanci pubblicitari e nelle cartelle stampa (per abituare il pubblico ci vorrà invece ancora del tempo).

Accanto a queste novità produttive in senso stretto, ve ne fu un’altra, di ordine economico-organizzativo, anche più importante, perché segnò l’ingresso nel sistema di una nuova figura: il produttore indipendente. *‘L’Odissea’*, trasmessa nel 1968, fu infatti il primo prodotto appaltato ad un produttore esterno (De Laurentis) e non realizzato internamente alla televisione pubblica, nonché la prima coproduzione internazionale (con la francese ORTF e la tedesca Bavaria Film). Le case di produzione che in questi anni co-partecipano alla produzione dei prodotti televisivi (seppur con investimenti di gran lunga inferiori a quelli della rete) sono moltissime: solo scorrendo i *credits* delle Teche Rai si può notare che in poco più di un quindicennio (dalla prima produzione “esterna” al 1985) lavorarono alla produzione della fiction Rai poco meno di un centinaio di case di produzione differenti, la maggior parte delle quali parteciparono alla realizzazione di un solo prodotto. Non è semplice cercare di ricostruire le sorti di queste case di produzione perché di molte non è rimasta traccia: se alcune lavoravano già per il cinema, la maggior parte furono costituite appositamente per quella singola

⁹² Penso alle tre serie del quiz-sceneggiato *‘Giallo club. Invito al poliziesco’* andate in onda sul Programma Nazionale dal 1959 al 1961, con protagonista il primo investigatore televisivo italiano, Ezzy Sheridan.

⁹³ Il nastro magnetico Ampex «ammortizza i costi, perché permette di avere copie in due pollici di buona qualità che possono essere trasmesse in ogni parte del paese in prime time e replicate all’infinito, nonché vendute all’estero» [Grasso, 2007: 33].

⁹⁴ Il *‘Mastro don Gesualdo’* (1964) diretto da Giacomo Vaccari fu il primo film a puntate prodotto dalla televisione italiana, utilizzando solo marginalmente la telecamera.

produzione e si sciolsero subito dopo, ricomparendo dopo pochi anni sotto nuove denominazioni. Certo è che il mercato produttivo ci appare in tutta la sua anarchia primordiale e ci restituisce uno scenario di assoluta novità, in cui un numero di soggetti enorme, pochi dei quali ancora in attività (la Titanus, la Leone Film, la IIF, la Solaris e poche altre), cercò di farsi largo nel settore.

Alla Rai comunque – che, va detto, continua ad auto-produrre una buona parte del monte ore complessivo di fiction – spetta il compito di supervisionare sui suoi prodotti. Anche perché la politica del servizio pubblico non rispondeva semplicemente a questioni di mercato (controllare il crescente condizionamento da parte dei networks americani promuovendo il cinema di casa nostra) «ma era anche finalizzata all'attuazione di un preciso disegno culturale», non a caso i maggiori fautori di un incontro virtuoso tra cinema e tivù sono uomini dell'area democristiana e/o cattolica della carta stampata [Alessandrini, 1984: 207].

Questi furono indubbiamente gli anni d'oro del servizio pubblico, quelli in cui i prodotti più “scadenti” e quelli d'autore, che spalancheranno le porte del mercato americano⁹⁵, coabitano insieme, prima che i fasti dello sceneggiato comincino ad appannarsi e questo diventi «un genere in via d'estinzione» [Fabbri, 2003: 159]. Si badi bene: un genere, non un sistema. Come osserva Buonanno [1999] infatti, l'eredità dello sceneggiato è stata ingombrante sotto diversi punti di vista, e in parte non può ancora dirsi del tutto smaltita. La fiction a venire si è trovata a fare i conti con l'artigianalità del sistema produttivo («per quanto se ne siano prodotti a centinaia, ogni sceneggiato era un pezzo unico»), con una serialità medio-corta (le miniserie e i film-tv continuano ad essere i formati più seguiti, vero e proprio fiore all'occhiello dei palinsesti delle reti ammiraglie), e una «capacità inventiva alquanto smorzata dal fatto che per anni si è potuto attingere a storie già inventate» [*ibidem*: 64], per lo più da autori stranieri.

2.2. Da J.R. a Fichera: importazione e *made in Italy*

2.2.1. Il pluralismo del monopolio e le “antenne libere”

Siamo agli anni dell'esordio delle regolari trasmissioni a colori (1 gennaio 1977), quelli immediatamente successivi alla Riforma della Rai, sopraggiunta nel 1975 con la legge numero 103, che prevede il passaggio del controllo del servizio pubblico (confermato monopolio di Stato) dal governo al parlamento, l'introduzione di una terza rete (nella sfera di influenza del partito comunista)⁹⁶, e la clausola che dieci dei sedici membri del consiglio di amministrazione dovessero essere nominati dalla commissione parlamentare. L'effetto più vistoso di questa legge fu dunque l'«ulteriore arroccamento della pratica della lottizzazione» [Forgacs, 1990: 219]⁹⁷; questo periodo fu anche particolarmente

⁹⁵ Questo accade con ‘Mosè’ di Gianfranco De Bosio ed Anthony Burgess (1974/75), kolossal a cui partecipa attivamente anche l'Inghilterra con la società ITC.

⁹⁶ «La Rai, che dalla metà degli anni sessanta era stata dominata da una vera e propria autocrazia, a partire dal 1975 è divenuta un caso probabilmente unico di impresa cui sia imposta per legge una concorrenza all'interno, ovvero, si potrebbe dire con una battuta seria, il pluralismo in un'azienda sola» [Ortoleva, 2005a: 277].

⁹⁷ «La lottizzazione è una specie di accordo reciproco grazie al quale ad ogni partito è consentito inserire un certo numero dei suoi membri nei posti chiave» del servizio pubblico: «i posti sono determinati in base agli interessi di partito, con lo scopo di esercitare un'influenza

fertile – di idee, progettualità e spinte all’innovazione – proprio per via della neonata concorrenza tra le tre reti che divergevano per stili e pubblico di riferimento, pur legate ancora alle tre famose direttrici “educare, informare, divertire”. Poco più di un anno dopo la legge 103, nel luglio 1976, una sentenza della Corte Costituzionale ne capovolse la prima clausola sostenendo che «il monopolio della Rai era costituzionalmente valido solo a livello nazionale e consentiva l’allocazione delle reti private e la trasmissione radiofonica locale» [*ibidem*: 218]: si faceva così strada l’emittenza privata (nel 1978 iniziano le trasmissioni di TeleMilano, la futura Canale 5), che per via del suo localismo non generò nell’immediato grosse preoccupazioni nella dirigenza della Rai post-bernabeiana⁹⁸.

Il modello “paleo-televisivo”⁹⁹ è tuttavia prossimo allo smantellamento: il riassetto giuridico-istituzionale della Rai e la pluralità di nuovi soggetti privati che si affacciano anarchicamente sul mercato – nell’era della libertà d’antenna (si parla di “antenne selvagge”) – trasformano il sistema dei generi, il linguaggio del piccolo schermo, il rapporto con il pubblico. I fenomeni che caratterizzano il decennio sul versante della narrazione televisiva sono di segno opposto: in Rai, gli investimenti massicci sul *made in Italy*, i primi tentativi di serializzazione, la progressiva esternalizzazione della fase produttiva; nelle private, l’importazione di telefilm americani e telenovelas dal Sudamerica che diventano un appuntamento quotidiano attraverso cui il pubblico televisivo sperimenta, forse per la prima volta, «i piaceri della serialità forte» [Buonanno, 1999: 67].

Iniziamo dal settore pubblico. Con le coproduzioni internazionali, la Rai era entrata nell’ottica del *big budget*: singole operazioni miliardarie con un cast internazionale di divi o ex-divi del cinema, grandi registi e un dispendio di energie enorme, da più parti condannato ma premiato con lo sbarco sul mercato americano. Oltre agli storici sceneggiati – la coproduzione con gli inglesi, costata 12 milioni di dollari, per il ‘*Gesù di Nazareth*’ di Zeffirelli (1977); o il ‘*Marco Polo*’ di Montaldo (1982), che fu uno dei primi eventi spettacolari della “neotelevisione”, preceduto da uno straordinario *battage* pubblicitario e dall’uso prima inesplorato del *merchandising* (libri, giochi, figurine, fumetti) – la Rai affrontò un’imponente programma di investimenti a sostegno del cinema italiano, che versava allora in una delle sue (famigerate) crisi: alcuni registi, come i fratelli Taviani (‘*Padre Padrone*’, 1978), Ermanno Olmi (‘*L’albero degli zoccoli*’, 1979),

politica diretta sia sulle trasmissioni delle notizie e degli avvenimenti contemporanei che sulle decisioni riguardanti la programmazione, l’acquisto e il contenuto dei programmi» [Forgacs, 1990: 219]. Per un approfondimento rimando a: M. Pini, *Memorie di un lottizzatore. Venti mesi al vertice della Rai-TV*, Milano, Feltrinelli, 1978; F. L. Cavazza, “Italy from Party Occupation to Party Partition”, in A. Smith (a cura di), *Television and Political Life: Studies in Six European Countries*, London, Macmillan, 1979.

⁹⁸ La fase di direzione generale di Ettore Bernabei si era chiusa nel 1974.

⁹⁹ Ricordo che il termine è stato coniato da Umberto Eco in contrapposizione a quello di neotelevisione, ad indicare due modi molto diversi di concepire il mezzo televisivo. Nel periodo della paleo-televisione era molto sentito il senso di “servizio pubblico” della televisione, che si finanziava essenzialmente con il canone e solo in via sussidiaria con gli introiti pubblicitari. La funzione di divulgazione culturale venne progressivamente abbandonata con l’arrivo della concorrenza delle TV commerciali che costrinse la Rai a rinnovare profondamente i suoi programmi e a concentrarsi sullo spettacolo e l’intrattenimento leggero (i programmi di punta della neotelevisione pubblica sono stati ‘*Fantastico*’, ‘*Quelli della notte*’ e ‘*Indietro tutta!*’). Cfr. U. Eco, *Sette anni di desiderio. Cronache 1977-1983*, Milano, Bompiani, 1983; M. W. Bruno, *Neotelevisione. Dalle comunicazioni di massa alla massa di comunicazioni*, Rubettino, Soveria Mannelli, 1999.

Federico Fellini (*'Prova d'orchestra'*, 1979) o il giovane Marco Tullio Giordana (*'Notti e nebbie'*, 1984), realizzarono film cinematografici che poi venivano rimontati per la televisione portando la qualità e la cura del grande schermo su quello piccolo. A ciò si aggiungano: le sperimentazioni letterarie ardite, come *'L'Orlando Furioso'* di Ronconi (1975); i prodotti di nicchia, tra cui la prima fiction di Rai Tre che riproponeva testi letterari dialettali (*'Maria Zef'*, 1981); le tematiche sociali e storiche finalmente portate in primo piano grazie ad alcuni produttori indipendenti¹⁰⁰; i "contenuti extra" con cui si svelava al pubblico la collettività e la complessità di confezionare un lavoro di finzione¹⁰¹. Si insinuò poi sempre in quegli anni, e timidamente, il senso della serialità del testo audiovisivo, grazie a tre prodotti dalle fortune molte diverse:

- *'Casa Cecilia'* (1982-1987) che è quanto di più vicino alla sitcom la televisione pubblica potesse all'epoca produrre. I problemi quotidiani di una famiglia composta di moglie (dentista), marito (giallista) e tre figli andò in onda per tre stagioni evidenziando però la refrattarietà al seriale del servizio pubblico: se le prime due serie furono infatti trasmesse a distanza piuttosto ravvicinata (dalla primavera dell'82 i telespettatori attesero fino all'autunno dell'83), la terza rischiò davvero di apparire come un prodotto del tutto nuovo visto che andò in onda a distanza di un lustro dalla prima;
- *'Aeroporto Internazionale'* (1985-1987), originale esperimento seriale che raccontava le vicende di turisti di passaggio e impiegati presso l'aeroporto romano di Fiumicino. Anche questa serie non seguì una cadenza di programmazione regolare (la prima stagione agli inizi del 1985, la seconda da marzo del 1987); la vera novità è rappresentata dal fatto che le trentatré puntate furono confezionate da un team di scrittori supervisionati da Ennio De Concini, una vera e propria squadra di lavoro che anticipava le consuetudini di scrittura consolidate a partire dal decennio successivo;
- *'La Piovra'* (1984-2001), fu il vero evento seriale perché le sei puntate della saga del commissario Cattani tennero incollati al televisore 15 milioni di italiani (e non solo, dato che fu esportata in un'ottantina di paesi). Frutto di un lavoro di squadra tra Sergio Silva, che prima da dirigente Rai e poi da produttore ne è il padre spirituale, Damiano Damiani, storico rappresentante del cinema italiano "di denuncia" che ne firma la regia ed Ennio De Concini, autore delle prime due stagioni e dei soggetti di terza e quinta, *'La Piovra'* costituisce l'esempio di serialità nazionale più a lungo termine, dal momento che ne vengono trasmessi capitoli inediti fino al 2001. Anche qui con un evidente problema di tempistica e tradendo le più basilari regole seriali: in più di quindici anni ne sono andate in onda dieci serie con una forte irregolarità tra l'una e l'altra (dopo le prime stagioni trasmesse consecutivamente, ci sono poi

¹⁰⁰ Penso ad esempio allo sceneggiato in due puntate *'Delitto di regime il caso don Minzoni'* (1973), ma anche a *'Storia di Anna'* (1981), diretta da Salvatore Nocita, in cui per la prima volta viene affrontato il tema della tossicodipendenza in una fiction tivù.

¹⁰¹ Dello sceneggiato *'Le uova fatali'* (1977) di Gregoretti, tratto dal romanzo di Bukgakov, va in onda una terza puntata, oltre alle due del racconto, in cui vengono raccontati, in una sorta di backstage, trucchi ed effetti speciali.

salto di due o tre anni), con un cambio di formato in corsa (da serie breve in 5/6 puntate, le ultime tre stagioni diventano una miniserie in due tempi) e un passaggio di rete (da Rai Uno a Rai Due, per l'ultima stagione).

La Rai oltre a collocarsi scientemente a metà strada tra sperimentazione autoriale, grandi numeri, e prodotti a basso budget per incrementare le ore di programmazione (confezionando serie che non passarono alla storia), acquista dall'estero prodotti di qualità, come i sei episodi diretti da Bergman per la televisione svedese (*'Scene da un matrimonio'*) o la popolare miniserie americana *'Radici'*, entrambi trasmessi nel 1978. Fino ad allora però «la serialità americana consisteva in pochi appuntamenti di spicco. I suoi eroi, dotati del fascino di una cultura più urbanizzata della nostra – si pensi a *'Perry Mason'* (1957) –, oppure icone di mitologie già consacrate dal cinema – è il caso dei cowboys di *Bonanza* (1952) –, occupavano lo spazio lasciato loro dai protagonisti degli sceneggiati di casa» [Braga, 2004: 257]: ma nel 1979 sbarcarono contemporaneamente nel nostro paese *'Colombo'* (1968), *'Starsky & Hutch'* (1975), *'M*A*S*H'* (1972), tutti trasmessi dal secondo canale (che già da qualche anno aveva preso il nome di Rete Due), mentre *'General Hospital'* (1963) e *'Charlie's Angels'* (1976) vanno in onda sui circuiti locali¹⁰². Ma è quando la ricca famiglia di petrolieri texani approda sui teleschermi del Belpaese – mi riferisco naturalmente a *'Dallas'* (1978) – che le potenzialità del formato seriale d'importazione appaiono in tutta la loro portata. E dall'anno successivo infatti, il 1982, sarà pioggia di serial e serie – *'Sentieri'* (1937), *'Love Boat'* (1977), *'Magnum P.I.'* (1980), *'Dynasty'* (1981) – oltre che di telenovelas – come *'Dancing days'* (1978) e *'Ciranda de Pedra'* (1981) – prodotte dalla brasiliana Rede Globo e trasmesse per lo più su Rete 4 [Vassallo de Lopes, 2002].

Il 1984 è l'anno in cui inizia ufficialmente il duopolio: passa progressivamente in secondo piano la funzione sociale della Rai e la televisione “di flusso”, uno dei concetti fondamentali elaborati da Raymond Williams [1974], porta nel nostro paese alla vittoria del diritto all'intrattenimento. Negli anni Ottanta si assiste infatti al trionfo di quella che Fausto Colombo significativamente definisce come la «logica del gatto»: dopo che nel decennio precedente aveva iniziato a vacillare il modello televisivo pedagogico, la nuova politica televisiva prevede «la valorizzazione assoluta del successo di pubblico come criterio di qualità», e pone al centro del «processo di ideazione e produzione dell'industria culturale italiana» il *marketing* [Colombo, 1998: 261]. La strategia dell'intrattenimento assegna infatti un ruolo prioritario alla pubblicità: «quello di cui immediatamente non ci si avvede è che mettere al centro la pubblicità significa modificare il concetto stesso di prodotto televisivo, e quindi cambiarne la funzione» [*ibidem*: 263]. Il pubblico diventa così giudice e arbitro dei prodotti che funzionano: sempre Colombo osserva che fino a quel momento le poche ricerche condotte sul pubblico avevano come obiettivo quello di comprendere quanto di un prodotto fosse stato recepito e non testarne l'effettivo gradimento. Soprattutto la televisione commerciale, inizia ad usare le indagini sui consumi «come criterio di validazione del prodotto e strumento di organizzazione della produzione» [*ibidem*: 20] e si omologa a standard di tipo globale, costruendo i propri palinsesti su prodotti e format d'importazione. La Rai invece continua a dibattersi tra la tensione al mercato e le suggestioni esogene, da un lato, e la difesa della

¹⁰² Nel 1979 nasce anche Rete Italia, società legata a TeleMilano per la compravendita di programmi sui mercati internazionali.

specificità del prodotto nazionale, che tende a modelli di produzione più efficaci e va a caccia di nuove idee, dall'altro. Il servizio pubblico poi si trova ad affrontare anche un grosso problema di riorganizzazione interna, fatto di: (1) una sproporzione tra il personale burocratico di controllo e quello produttivo (con il primo che prevale nettamente sul secondo); (2) un'incapacità culturale da parte delle strutture preposte ad affrontare efficacemente una situazione che non può rimanere oltremodo immutata/immutabile; (3) una difesa corporativa presso le diverse professionalità coinvolte dei propri interessi specifici; (4) una stratificazione di personale "parassitario" e di puro controllo politico. Queste quattro problematiche furono individuate da Luigi Mattucci [1983: 74], allora direttore della sede regionale Rai della Lombardia, che sottolineava l'indispensabilità di affrontare «contemporaneamente i problemi del prodotto (e della sua offerta) e i problemi dei fattori di produzione (quantitativi, qualitativi, tecnici, professionali)». È quello che effettivamente cercò di fare l'ala più "riformista" dell'azienda pubblica supportata da alcuni intellettuali, pionieri degli studi in questo settore.

2.2.2. «Crisi bloccate». Intellettuali e funzionari riflettono sul sistema seriale

Con l'espressione «crisi bloccate» Alberto Abruzzese definisce «quei processi di trasformazione che mettono necessariamente in discussione i propri precedenti modelli ma non riescono a produrne di nuovi» [Abruzzese, 1984a: 172-173]: crisi di questo tipo hanno investito l'editoria, il cinema, e la televisione [Forgacs, 1990]¹⁰³ e sono attribuibili ad una scarsa consapevolezza professionale (e intellettuale) rispetto ai modi e ai valori specifici della cultura popolare e ad una mancata maturità seriale nel pubblico fruitore. Il mezzo televisivo, pur non riuscendo «a superare la crisi di trasformazione da società semplice a società complessa», veniva indicato quale candidato numero uno per farsi «settore trainante di un nuovo assetto della cultura in Italia» [Abruzzese, 1984a: 173].

In questi anni, forse per via della massiccia importazione che fa vedere le possibilità di un racconto autenticamente seriale, gli uomini più illuminati che gravitano intorno al servizio pubblico e alcuni studiosi, per lo più semiologi e teorici della comunicazione, si impegnano in una disamina di sistema in due direzioni: da un lato, iniziano a smontare analiticamente i testi e a studiare il concetto di serialità [Casetti, 1984a; Eco, 1985], individuandone i «processi di tipizzazione» [Casetti, 1984b] e la ricorsività di temi e formule – «*variazione di un identico*» e «*identità di più diversi*» [Calabrese, 1984: 65] –¹⁰⁴; dall'altro, si interrogano sui motivi storici, politici e strutturali dell'incapacità a ri-elaborare in modo efficace meccanismi di tipo seriale.

Quel che in questa sede mi pare più interessante rilevare è il modo in cui funzionari Rai ed intellettuali¹⁰⁵ si spiegarono questa discrasia tra serialità del

¹⁰³ Questo tipo di "blocco" sembra «destinato a ripetersi in modo sostanzialmente analogo ogni volta che il sistema nazionale tenterà di far assumere basi industriali ai propri apparati culturali» [Abruzzese, 1984a: 172].

¹⁰⁴ Il dibattito ebbe luogo nei primi anni Ottanta e rimbalzò da un'occasione all'altra, da Cattolica (Mystfest, luglio 1983) a Napoli (Convegno su "Narrativa e Serialità", giugno 1983), da Capri (Prix Italia, settembre 1983) a Chianciano (Teleconfronto, maggio 1983), per citarne solo alcuni avvenuti nello stesso anno.

¹⁰⁵ In un intervento al Mystfest di Cattolica del luglio 1983 Achille Pisanti [1984: 79] osservava una certa «coincidenza tra produzione di teoria e produzione tout court».

consumo (oramai del tutto interiorizzata da parte del pubblico televisivo) e serialità della produzione (di là da venire). Le domande che ci si poneva erano: perché in Italia «la macchina della serialità non funziona per intero, ma per frammenti» [Pisanti, 1984: 80]? Perché il prodotto seriale, che pure ha dimostrato di raccogliere il favore degli italiani, non rientra nell'agenda produttiva delle reti? In un'analisi sul sistema televisivo pubblico curata da Roberto Zaccaria [1984] venivano individuati gli ostacoli principali, di tipo sia economico che organizzativo-produttivo, così riassunti:

- «- la produzione [...] ha conservato le caratteristiche del passato, sia sul piano delle modalità degli investimenti finanziari, sia sul piano dei modelli produttivi, che hanno chiaramente caratteristiche artigianali, in quanto orientati alla produzione di film di autore o comunque di monotipi;
- la Rai, che ha mutuato dal cinema i propri modelli produttivi, non ha studiato finora la possibilità di riconversione di taluni suoi settori produttivi, né l'opportunità di preparazione delle professionalità necessarie;
- le emittenti private compresi i *networks*, mentre sono in condizione di diffondere, non sono viceversa nella possibilità di produrre in modo consistente» [Bonomo, 1984: 409].

La prima e la terza motivazione sono in parte già emerse nelle precedenti sezioni; considero invece il secondo punto un po' troppo frettoloso. Come ho appena sottolineato, accademici e funzionari iniziavano allora ad interrogarsi sulla possibilità di introdurre il modello americano in viale Mazzini: l'applicabilità di quel sistema fu indagata attraverso uno studio che la rivista «Gulliver», pubblicandone nel 1983 alcuni stralci, ribattezzò col titolo *Documento segreto della Rai sul telefilm*. Si trattava di uno studio di fattibilità sulla produzione seriale promosso dalla Vicedirezione generale per il coordinamento delle divisioni della Rai e meglio noto come *Rapporto Fichera* (dal nome del suo maggiore fautore)¹⁰⁶. Un anno di lavoro portò a monitorare il sistema produttivo internazionale, in particolare quello americano che, come fu immediatamente chiaro, si presentava come «un metodo di lavoro che coniuga ritmi tayloristici a uno zelo da qualità totale, un freddo raziocinio da *business administration* alla libertà inventiva del *brainstorming* più scanzonato» [Braga, 2004: 260]: dall'analisi delle figure professionali chiave del modello estero (il *producer*, gli scrittori, il regista, il funzionario del network) e dei tempi, modi e costi della lavorazione si passò ad elaborare una serie di ipotesi per l'avvio di una produzione seriale nazionale. Cercando di sintetizzare quelle che negli intenti erano delle linee guida per riscrivere la filosofia aziendale, direi che dal Rapporto Fichera [Lamberti, 1983] si possono ricavare quattro spunti di riflessione sui quali si fonda il passaggio (allora solo desiderato) dall'artigianato all'industria.

Emerse innanzitutto la centralità di una figura ancora sconosciuta in Italia, quella del *producer*: costituendosi come unica costante dell'intero processo produttivo, il *producer* era deputato a seguirne ogni fase, dallo sviluppo dell'idea alla scelta del cast, dalla supervisione del piano di produzione (tempi e budget) al controllo in fase di montaggio. Nonostante sottolineassero che il *producer*

¹⁰⁶ Massimo Fichera, industriale colto e uomo Olivetti, era all'epoca appena passato dalla direzione della seconda rete Rai (di cui era stato il primo direttore e dove aveva creato tra gli altri *'Alto Gradimento'*) all'incarico di vicedirettore generale dell'azienda con particolare riguardo alla divisione ricerca e sviluppo.

americano proveniva in genere dalle fila degli sceneggiatori, Fichera e la sua rete identificarono in due tipi di professionalità differenti i possibili eredi di questo ruolo gestionale: (1) internamente all'azienda, il programmatista-regista; (2) esternamente, il produttore cinematografico a capo di un'organizzazione almeno di medie dimensioni (cosa che gli avrebbe permesso una partecipazione economica significativa al prodotto). Entrambe le figure, si prendeva atto, andavano formate: servivano, da un lato, un pool di programmisti specializzati nella produzione seriale e preposti ad essa e, dall'altro, profili professionali esterni all'azienda dotati di maggiori poteri soprattutto nella definizione del cast artistico e responsabili non solo della gestione tecnico-esecutiva del lavoro ma anche in grado di garantire una certa capacità finanziaria e di controllo del budget.

In secondo luogo, si capì che il lavoro dello sceneggiatore andava ritoccato in un'ottica collettiva, di scambio continuo, atta a ridurre i tempi di lavorazione e ad abbandonare i moduli di lavoro letterari e/o cinematografici: veniva individuata – con più di un decennio d'anticipo sulla sua effettiva realizzazione (!) – la necessità del passaggio dal lavoro individuale e unitario dello sceneggiatore a quello parcellizzato del team di scrittori di puntata coordinati da uno *script editor* (così veniva allora definita la figura dello sceneggiatore che avrebbe coordinato e supervisionato il processo di scrittura). Di conseguenza, e in terzo luogo, ci si rese conto che in un tale contesto (centralità del *producer* e sceneggiatura come opera di molti) il problema della regia diventava uno dei nodi da sciogliere dal momento che nel sistema nordamericano il regista svolgeva un ruolo marginale: era di fatto un "tecnico di qualità", altamente mobile (passava da una puntata di una serie a quella di un'altra), che entrava in un meccanismo pre-determinato di cui era tenuto a rispettare le regole e i tempi rigidi, espropriato anche del consueto ruolo decisionale in fase di montaggio (il cosiddetto "*final cut*", ovvero il taglio finale della pellicola, è di competenza del *producer*). Consapevoli della difficoltà di socializzare al nuovo ruolo i "vecchi" cinematografari, si individuò nella nuova generazione di giovani registi e aiuto registi il bacino da cui attingere per formare questo tipo particolare di professionalità.

Infine, dal Rapporto emerse la necessità di creare dei "dipartimenti di sviluppo" interni all'azienda ma decentrati dalla direzione generale delle reti, divisi per generi e fasce orarie (*prime time comedies*, *day time sitcom*, ecc.), ciascuno con un proprio budget e un'autonomia decisionale sulla scelta dei prodotti, seppur in un dialogo continuo con i responsabili di rete.

In sintesi, la *fattibilità* di una produzione seriale autoctona sembrava complicata sia dalla «povertà delle strutture tecniche, economiche, e di mercato» sia dalla difficoltà di rinvenire nel nostro paese «tradizioni e capacità di tipo seriale» [Abruzzese, 1984a: 197], in grado di mettere da parte le "manie" autoriali in favore di un prodotto corale sviluppato secondo un sistema non lineare¹⁰⁷. Difficoltà di mezzi, dunque, e insieme di mentalità. Tanto che da questa consapevolezza prese avvio una seconda ricerca, sempre finanziata dalla Rai e coordinata da Alberto Abruzzese e Achille Pisanti, che prevedeva una verifica

¹⁰⁷ Dal rapporto emerse anche la diversità del tipo di lavorazione. Se lo sceneggiato televisivo seguiva un procedimento lineare in cui alla pre-produzione (scrittura e piani di lavorazione) seguivano la produzione (le riprese) e la postproduzione (montaggio, mix e editing), la linea produttiva del seriale americano funzionava (e funziona) per segmenti che procedono quasi in simultanea: tra l'avvio di una serie e la sua messa in onda infatti le case di produzione hanno il tempo di preparare dalle quattro alle sei puntate, mentre il restante numero viene girato mentre la serie è già sugli schermi. Per un approfondimento del sistema produttivo americano odierno si rimanda a Visca [2007a; 2007b].

delle attitudini seriali di allora «negli apparati nazionali in termini di “archetipi”, “culture sociali”, “culture professionali”» [ivi]: l’obiettivo dichiarato era quello di individuare risorse professionali che seppur non immediatamente “utilizzabili” per una produzione televisiva erano comunque coinvolte in una qualche forma di serialità, nel cinema, nella tivù, nella radio, ma anche nella letteratura di genere, nel fumetto, e nel fotoromanzo.

Il progetto di “ristrutturazione” fin qui descritto puntava in definitiva a valorizzare secondo modalità produttive più efficaci le caratteristiche virtuose del servizio pubblico: ad esempio, la sua tradizione “educativa”, «tra valori consolidati e spirali centrifughe del mercato, “qualità” e “quantità”, tra costumi e consumi»; la preparazione tecnico-professionale di una generazione di professionisti televisivi «cresciuta in coordinate più stabili e continuative rispetto alla discontinuità cinematografica»; e l’attitudine alla ricerca e ad una cauta sperimentazione [ibidem: 177]. Tutto questo sembrò però cadere nel giro di qualche anno nel dimenticatoio, neutralizzato da opposti interessi e poteri, sia interni (lo stesso Fichera fu allontanato dalla Rai) che esterni all’azienda: «l’ipotesi di una riorganizzazione industriale – riflette a tal proposito Milly Buonanno [1999: 68] – volta a produrre serialità comporta in effetti una rottura radicale con la tradizione culturale e i saperi professionali sedimentati dentro e intorno all’azienda, e fa paventare il rischio di un incontrollabile stravolgimento di assetti organizzativi e meccanismi di gestione consolidati». In altri termini, qualcuno considerò il progetto, portato avanti dall’ala più laica della televisione pubblica, un bieco cedimento alle logiche di mercato e quindi un atto di subalternità ai modelli americani; qualcun altro vide addirittura in esso una pericolosa minaccia, dal momento che ad una riorganizzazione degli assetti interni sarebbe corrisposto il venir meno di rapporti di potere consolidatisi alla vecchia maniera democristiana; qualcun altro ancora temeva forse che gli investimenti con cui la Rai stava finanziando il settore cinematografico, in seria crisi [Petrocchi, 1996b], potessero essere dirottati sulla serialità televisiva.

Di quel primo e timido tentativo di rinnovamento non tutto però andò perduto. Oltre al tentativo fatto con il già citato *‘Aeroporto Internazionale’* (1985), rimane l’esperienza di una sorta di *factory* creativa, giovane e informale: l’eredità delle intuizioni di Fichera fu infatti raccolta qualche anno più tardi dai vertici socialisti di Raidue, nella persona di Enzo Tarquini, che ottiene il via libera per mettere in piedi quattro team di scrittura per altrettanti piloti di serie: di questi tre su quattro furono realizzati (*‘Distretto di polizia’*, *‘Password’*, *‘I ragazzi del muretto’*) ed uno (l’ultimo) diventò una serie [Ventriglia, 2009]. In quell’occasione fu applicato per la prima volta un meccanismo “all’americana”, tutt’oggi inconsueto: la produzione preventiva di un pilota (un pezzo unico per la televisione) per testare il gradimento di una storia e valutare la possibilità di un successivo sviluppo di serie. Nonostante i buoni propositi e l’indubbio merito di aver costituito il primo tentativo in Italia di una serialità *multistrand* (ovvero con molte storie che si intrecciavano), il *teen drama* finì per scontrarsi con le (solite) difficoltà date da una lavorazione davvero poco seriale: le quattordici puntate della prima stagione andarono infatti in onda nel 1991, le successive quattordici a distanza di due anni, e la terza stagione (di ventiquattro episodi) fu trasmessa nel 1996. La lentezza del sistema creò un effetto (non voluto) di inverosimiglianza narrativa: gli attori infatti quando fu conclusa la lavorazione della terza serie erano ormai visibilmente troppo “vecchi” per stare seduti su quel *muretto*.

Concludendo, in questo paragrafo ho cercato di accostare una serie di avvenimenti che si succedettero dalla fine degli anni Settanta e nel decennio

successivo: il *far west* televisivo seguito alla deregolamentazione delle trasmissioni e alla nascita delle reti private che fece esplodere il fenomeno dei telefilm d'importazione e, più in generale, avviò quel processo di accentramento oligopolistico del potere all'interno dell'industria; gli interessanti esperimenti seriali del servizio pubblico che sembrava però procedere per tentativi isolati con effetti quasi nulli sulla riorganizzazione complessiva del sistema produttivo; di conseguenza, il sostanziale fallimento (nonostante lo sforzo di mezzi intellettuali) di abbandonare una produzione che procedeva per "prototipi" [Bettetini, 1981] per abbracciarne una dai processi di lavorazione standardizzati. Toccherà alla televisione del decennio successivo, dopo una *debacle* preoccupante, realizzare almeno in parte l'utopia di Fichera.

2.3. Giano bifronte: gli anni Novanta della serialità

Gli anni Novanta costituiscono ai fini di questo lavoro il decennio più interessante perché in essi avvenne realmente il passaggio dall'artigianato all'industria, dallo spirito della televisione di servizio alla più spiccata cultura di mercato, con una netta cesura tra la prima e la seconda metà del decennio. Nella stagione televisiva '95/'96 fu toccato infatti il minimo storico quanto a produzione di prodotto originale nazionale (ne furono trasmesse solo 129 ore); dalla stagione successiva invece iniziò una progressiva rinascita (prima timida e poi esplosiva) e l'offerta passò in cinque stagioni a un volume di prodotto superiore alle seicento ore stagionali¹⁰⁸.

Anche per le riflessioni presentate in questo paragrafo cercherò di intrecciare provvedimenti politici, questioni economiche, arretratezze sistemiche, che ci aiutano nel complesso a delineare il più importante giro di boa della serialità televisiva nel nostro Paese, le cui conseguenze sono tutt'oggi visibili nell'intero campo della produzione seriale.

Il paragrafo non è esattamente aderente alla spaccatura che contraddistingue il decennio, ma considera invece alcuni momenti che lo hanno attraversato e che, combinati insieme, costituiscono i fattori determinanti l'accelerazione in senso industriale della cultura televisiva italiana: da un lato, la riorganizzazione interna al sistema di *broadcasting* e la costituzione di associazioni di categoria animate da istanze economiche e autoriali in contrapposizione con la politica del controllo capillare perseguita dalle reti; dall'altro, la sperimentazione di prodotti nuovi sia nel *day time* che nel *prime time*, i quali oltre ad offrire al pubblico prodotti nazionali autenticamente seriali sono stati delle vere e proprie palestre produttive per quei professionisti dell'audiovisivo che sono i soggetti privilegiati di questo lavoro.

2.3.1. Stato di morte apparente e nuovi (e)venti

Il decennio Novanta si apre con un periodo produttivamente nero, dal momento che la fiction fu il genere che più di altri subì la stretta della finanziaria: «la capacità produttiva è rimasta bassa, le società di produzione di dimensioni

¹⁰⁸ Cfr. il relativo rapporto dell'OFI: M. Buonanno (a cura di), *Il senso del luogo. La fiction italiana, l'Italia nella fiction: anno ottavo*, Roma, Rai VQPT, 1997.

troppo ridotte, il mercato interno asfittico e il prodotto nazionale difficilmente esportabile» [Petrocchi, 1994: 156]. È del 6 agosto 1990 infatti la legge Mammi (n. 223)¹⁰⁹, ovvero la prima legge organica di riassetto del sistema televisivo con la quale, dopo una lunga paralisi normativa¹¹⁰, si stabilì che non meno del 40% dei film trasmessi quotidianamente in televisione doveva essere di produzione europea, e di questi la metà doveva essere autoctona. Vista l'incapacità di coprire quest'ultima quota, per le limitate capacità produttive dell'industria (le reti del Biscione ad esempio si trovavano impegnate nell'organizzazione di tre redazioni giornalistiche dal momento che ogni canale doveva avere un proprio direttore di rete e un suo telegiornale), i broadcasters, per garantire la copertura della quota fiction prevista dalla legge, ricorsero a fondi di magazzino che mandavano in onda nelle fasce notturne, mentre nel *prime time* privilegiarono il calcio e gli spettacoli autoprodotti, come la cosiddetta "tīvù verità", un tipo di programma a basso costo in cui la gente comune portava la propria vita (problematica) sul piccolo schermo (si pensi tra gli altri a *'Stranamore'*, basato su un format statunitense e in onda per la prima volta nel 1994 nel *prime time* della domenica di Canale 5).

Allo stesso tempo, l'offerta ha continuato ad essere fortemente dipendente dalla produzione seriale americana, anche se questa non occupava che una percentuale ridotta della fascia "nobile" del palinsesto: a esclusione di Italia 1 e Rete 4 dove i telefilm venivano trasmessi in prima serata, per le altre reti gli acquisti dall'estero servivano a coprire il *day time*, la fascia preserale, o il *prime time* del trimestre estivo (stagione debole della programmazione), mentre la guerra all'audience era tutta giocata sui kolossal cinematografici (sempre importati!) del lunedì sera e sul varietà del sabato sera.

La produzione interna di racconto audiovisivo inoltre era ormai scomparsa del tutto, soppiantata dall'appalto esterno¹¹¹: la Rai nel 1993 produsse soltanto undici ore di fiction "in proprio" finendo per somigliare alle reti Fininvest che avevano da sempre ritenuto più vantaggioso appaltare a produttori esecutivi esterni lo svolgimento dei lavori (a parte alcune sitcom autoprodotte in studio). La coincidenza tra produzione e distribuzione, peculiarità tutta italiana, con una capillare selezione e pianificazione dell'offerta da parte del broadcaster, resta uno dei nodi problematici e dei motivi di disputa tra reti e case di produzione. Consideriamo al riguardo l'affermazione che segue:

¹⁰⁹ La legge attuava la direttiva comunitaria 552 del 1989 C.E.E. dal titolo "Televisione senza frontiere" tesa a garantire una legislazione minima di base a tutti i Paesi membri dell'UE. La precedente legge (n. 10 del 4 febbraio 1985) fu dichiarata incostituzionale perché permetteva alle emittenti locali, attraverso il meccanismo della *syndication*, di trasmettere a livello nazionale. Il testo della legge, definita dai detrattori "Legge Polaroid" dal momento che si limitò a legittimare la situazione esistente, è disponibile al sito www.italgiure.giustizia.it/nir/lexs/1990/lexs_310817.html.

¹¹⁰ «In effetti, si è trattato di un periodo prolungato di *aregulation* unico in Europa, durante il quale è stato sottovalutato il fatto che il settore audiovisivo per le sue caratteristiche strutturali è terreno d'elezione di tendenze oligopolistiche» [Petrocchi, 1994: 161].

¹¹¹ L'*appalto* è a tutt'oggi la formula di produzione di fiction più diffusa: la produzione viene commissionata totalmente ad un produttore esterno, ma la proprietà integrale dei diritti spetta alla rete che finanzia il progetto. Diversa la situazione nel caso dell'*acquisto* (di licenza) che consiste, appunto, nell'acquisto da parte della rete di una licenza di trasmissione di un programma finito con alcune limitazioni temporali e nel numero di passaggi; in questo caso la titolarità dei diritti è del fornitore (*content provider*) [Osservatorio Filas, 2007: 33].

“L’antenna Italia¹¹² è un segreto che quello della localizzazione delle basi atomiche degli Stati Uniti è uno scherzo! Quanto vale l’antenna Italia è un segreto, cioè chi fa questo mestiere, tutto il resto dell’industria, è all’oscuro del valore commerciale della produzione che fa. Del resto il network ti dice: ti do i soldi per farla? Basta! Non ti interessare di altro, non vedere quanto vale, quanto potrebbe valere, quanto vale sul mercato... i produttori in Italia sono sostanzialmente dei fornitori di prodotto, il produttore in un certo senso soggiace alla scelta di altri, non può essere che io domani vado dalla Rai e dico: io faccio la regina Margot con Giovanna Mezzogiorno, lo pago io, e voi mi pagate per trasmetterla! [...] La mancanza di ricadute sull’industria, e sugli attori dell’industria, di questo flusso enorme di denaro determina la situazione che abbiamo davanti agli occhi” (F. Scardamaglia, produttore indipendente).

La situazione descritta da questo produttore, titolare di una casa di produzione di dimensioni medie, è riferita all’attualità ma non diverge di molto da considerazioni (e rivendicazioni) che iniziarono a prendere corpo proprio nel corso degli anni Novanta: quei produttori presero infatti posizione contro quello statuto, che ritenevano inaccettabile, di essere dei semplici “*fornitori di prodotto*” costretti a “*soggiacere alla scelta di altri*” e si unirono in un’associazione. Nel 1994 nacque l’Associazione dei produttori televisivi (A.P.T.), tuttora attiva¹¹³, che ha tra i principali obiettivi quello di difendere «presso i broadcasters nazionali [...] gli interessi dei produttori indipendenti ricercando standard contrattuali più vantaggiosi e fondati su criteri di reciprocità»¹¹⁴. «La sua costituzione – osserva Petrocchi [1994: 163] – rappresentò una piccola svolta nella cultura professionale italiana», non tanto per le sue «reali capacità di *lobbying*» quanto perché rappresentò la «prima presa di coscienza del ruolo strategico che il *producer* riveste nella filiera di questo genere televisivo, rispetto agli altri attori economici: le emittenti televisive, le società distributrici e gli inserzionisti pubblicitari».

Qualche anno dopo (nell’aprile del 1996), un’altra associazione di categoria, la S.A.C.T. (Scrittori Associati di Cinema e Televisione) riunì per la prima volta gli autori di cinema e di fiction televisiva e multimediale, riuscendo a vincere importanti battaglie, tra cui una delle più importanti è quella relativa all’equo compenso¹¹⁵. Questa associazione tornerà spesso nella nostra analisi, per questo

¹¹² Cfr. <http://www.antennaitalia.com/>.

¹¹³ «Allora eravamo cinque o sei – ricorda Sergio Silva, primo presidente dell’associazione – adesso siamo 45-50», intervista raccolta da Ernesto Baldo disponibile al sito <http://www.anica.it/cinemadoggi/webcd05-6/silvaI.html>. Attualmente le società di produzione aderenti all’APT sono 49 (l’elenco è disponibile alla pagina <http://www.apr.it/homepage.asp?menuItem=78&showContentMenuId=78&showArticle=129>) e realizzano quasi l’80% del fatturato complessivo del settore, pari a circa 500 milioni di euro annui: producono prevalentemente fiction televisiva, ma anche documentari, intrattenimento, animazione. «L’Apt stima che l’occupazione complessiva tra diretta e indotta, delle società ad essa associate sia di circa 350.000 persone. Il numero di addetti medio è di difficile elaborazione, perché si va da ditte praticamente individuali, che affidano a terzi la produzione esecutiva, alle grandi società con varie decine di addetti come Endemol, Grundy, Lux Vide» [Osservatorio Filas, 2007: 26].

¹¹⁴ Dal sito dell’associazione: <http://www.apr.it/homepage.asp>.

¹¹⁵ Si tratta dell’articolo 46-bis della legge n. 633 del 22 aprile 1941, introdotto dal d.lgs. 581/1996 e modificato dal d.lgs. 154/1997. Approvazione dell’articolo disponibile al sito: <http://www.parlamento.it/parlam/leggi/deleghe/97154dl.htm>, mentre per l’intero testo di legge si veda: http://www.interlex.it/testi/141_633.htm. Detto brevemente, l’articolo prevede che agli autori di opere cinematografiche e assimilate (quindi anche la fiction), in caso di cessione al produttore

ho deciso d'introdurla fin d'ora proprio per sottolineare il particolare momento storico, di fermento, di protesta, ma anche di rinascita del settore, in cui si andò costituendo. Le sue finalità, la composizione del gruppo e le vittorie di categoria saranno approfondite altrove. Mi sembra invece importante sottolineare che la costituzione di associazioni di professionisti (e più tardi di un sindacato¹¹⁶) è avvenuta nel nostro Paese tardivamente, se confrontata con la situazione americana dove le associazioni sindacali a rappresentanza delle varie categorie di artisti di Hollywood – tra cui la *Screen Writers Guild* per gli sceneggiatori [Cfr. Caves, 2000: 163] – si erano formate già a partire dagli anni '30¹¹⁷.

Il punto è che, quasi inevitabilmente, considerato il nostro duopolio televisivo, entrambe le associazioni qui menzionate, quella dei produttori e quella degli sceneggiatori, hanno potuto incidere solo in modo limitato sul sistema televisivo nel suo complesso, e il motivo è semplice: detto brutalmente, il denaro arriva da Rai e Mediaset e torna principalmente a Rai e Mediaset. L'affermazione che segue, fatta da Fedele Confalonieri, presidente di Mediaset, in un'occasione pubblica¹¹⁸ mi sembra al riguardo inequivocabile:

“qui rischiamo noi alla fine... non mi piace questo atteggiamento che adesso per il fatto di averla poi lanciata perché alla fine noi, come reti, abbiamo creduto nella fiction [...] quindi attenzione a non sbagliare bersaglio [...] adesso siccome alla fine poi il bersaglio siamo i broadcaster... allora andiamo a fondo però: vediamo cosa rischiate voi... [rivolto ai produttori]” (note di campo, 10/07/08).

Le frizioni tra i due terminali economici del processo produttivo, il produttore indipendente da una parte e il broadcaster dall'altra, sono dunque una costante del campo, ieri come oggi.

Vorrei però fare nuovamente un passo indietro. Avevamo lasciato il settore fiction in una condizione di forte crisi strutturale, a cui il sistema aveva risposto con la corsa all'acquisto, un forte sviluppo delle coproduzioni europee (veniva inaugurato in quegli anni il fortunato MediaProgramme)¹¹⁹, e strategie di

del diritto di diffusione dell'opera, spetti un compenso (equo) per ogni utilizzazione/diffusione, a carico degli organismi di diffusione radio-televisiva, via etere, via cavo e via satellite.

¹¹⁶ Il primo sindacato di categoria è nato ad aprile 2006. La Federazione autori cinematografici e televisivi (F.A.C.T.) nasce dall'accordo di sei associazioni: oltre alla S.A.C.T., A.N.A.C. (Associazione nazionale autori cinematografici), A.P.I.-Autori (Autori produttori indipendenti), A.R.T. (Associazione registi di fiction televisiva), Doc/It Autori (Associazione documentaristi italiani), RING-Forum registi indipendenti. Cfr. E. Siciliano, *Fact: gli autori di Cinema e Tv insieme per difendere la Fiction Italiana*, 22 aprile 2006, in <http://format.blogosfere.it/2006/04/fact-gli-autori.html>.

¹¹⁷ Per un approfondimento sulle Guild americane rimando a: M. Ross, *Stars and Strikes: Unionization of Hollywood*, New York, Columbia University Press, 1941; H. Lovell e T. Carter, *Collective Bargaining in the Motion Picture Industry*, Berkeley, University of California, 1955; N. L. Schwartz, *The Hollywood Writers' Wars*, New York, Knopf, 1982.

¹¹⁸ Si trattava di una tavola rotonda dal titolo “Fiction italiana: il futuro è un diritto” tenutasi all'interno della seconda edizione del RomaFictionFest 2008 (per un approfondimento sulla manifestazione rimando alla nota metodologica). Il discorso di Confalonieri arrivava in risposta all'intervento di Fabiano Fabiani, presidente dell'A.P.T., il quale aveva appena sostenuto “che i produttori italiani sono svantaggiati sul mercato internazionale, che c'è la necessità di rinegoziare i rapporti tra le parti, in particolare gli accordi tra produzione e broadcaster, e affrontare il problema della perdita dei diritti sull'opera” (note di campo, 10/07/08).

¹¹⁹ Si tratta di un programma che sovvenziona l'industria audiovisiva europea attraverso varie formule di co-finanziamento. Cfr. http://ec.europa.eu/information_society/media/index_en.htm.

programmazione che privilegiavano quali generi cui affidarsi i grandi film americani e il varietà. Con la seconda metà degli anni Novanta la situazione si capovolse con un vero *boom* della fiction domestica (Buonanno parla di una seconda “*golden age*” dopo la prima, quella dello sceneggiato televisivo)¹²⁰, in termini di ore trasmesse, di investimenti, di ascolti. E di sistema: la riorganizzazione produttiva portò alla creazione di strutture apposite interne alle reti, il consolidamento delle case di produzione con un’organizzazione del lavoro via via più formalizzata, una formazione professionale ad hoc che prepara tutti i reparti a far fronte ad un monte ore più elevato e ad un’offerta più variegata, abituando così chi preesisteva al sistema a nuovi ritmi e pratiche lavorative ed immettendo al tempo stesso nella macchina nuove figure professionali.

Di questo “nuovo corso” del *made in Italy* seriale mi interessa in particolare approfondire i seguenti aspetti: il ribaltamento di prospettiva rispetto alla precedente prassi aziendale del servizio pubblico e privato; il consolidamento di una cultura professionale nuova, anche grazie all’istituzione di corsi per sceneggiatori, registi e produttori specializzati nel racconto televisivo; il valore strategico della serialità, emergente in almeno tre forme (la serie all’italiana, la soap opera, e la lunga serie da *prime time*); la rottura del concetto di “autorialità” applicato ai prodotti seriali in seguito alla frammentazione del processo creativo; il riassetto della geografia delle case di produzione impegnate nella produzione di fiction.

Della razionalizzazione interna al sistema di *broadcasting* mi occuperò di seguito in questa sezione; mentre le nuove forme di serialità legate ad una diversa organizzazione, *in primis* del reparto scrittura, e la situazione del mercato e delle case di produzione che lo abitano saranno approfonditi nel resto del capitolo.

Iniziamo dalla (tanto attesa) razionalizzazione della Rai, che era passata, unica azienda televisiva pubblica del vecchio continente, dal monopolio al mercato senza alcuna ristrutturazione, bensì proseguendo le stesse procedure e modalità organizzative del periodo del «pluralismo in un’azienda sola» [Ortoleva, 2005a: 277]: con la risistemazione, portata a termine nel 1996 e stimolata anche dalla crisi finanziaria in cui il servizio pubblico era piombato, nascono alcune macrostrutture trasversali specializzate per settori di produzione¹²¹, la prima delle quali è stata Rai Cinema Fiction (che viene in seguito scorporata in Rai Fiction e Rai Cinema)¹²². Suddivisa originariamente in strutture differenziate sulla base dei formati (lunga serialità, lunga serialità e sperimentazione, miniserie e tv-movie, miniserie e coproduzioni), ha subito negli anni diversi aggiustamenti prima di approdare alla conformazione attuale: quattro strutture produttive sono rette ciascuna da un capostruttura che si occupa di un certo numero di progetti. Il capostruttura supervisiona i prodotti di sua competenza, interagendo in accordo con il direttore di Rai Fiction e con il direttore della rete destinataria della singola

¹²⁰ Negli Stati Uniti la seconda *golden age* della fiction televisiva era iniziata nei primi anni Ottanta e coincise con il successo ottenuto da nuovi registi narrativi (penso alla costruzione drammaturgica *multistrand* di ‘*Hill Street Blues*’, 1981), dalla serialità d’autore (David Lynch con ‘*Twin Peaks*’, 1990), dalla promozione e distribuzione su più piattaforme mediatiche [Caldwell, 1995].

¹²¹ Originariamente le direzioni produttive dovevano essere sei: fiction e cinema, sport, programmi educativi (l’area *educational*), spettacolo e intrattenimento, programmi per ragazzi, scienza ed economia; solo le prime tre furono però effettivamente attivate.

¹²² Lo sdoppiamento è del 1998: Rai Fiction rimane interna alla holding Rai, mentre per Rai Cinema è stata esternalizzata la funzione di coproduzione e distribuzione dei film per la circolazione di sala [Petrocchi, 2008: 111].

fiction e demandando il coordinamento e la cura delle diverse fasi operative ai cosiddetti “producer” (secondo la nuova dizione aziendale, prima erano “programmisti”), che seguono ogni fase del singolo progetto (possono essere più d’uno per progetto e non sono divisi per strutture). Questa nuova articolazione del controllo artistico-editoriale sembra ispirata ad un allineamento con il sistema già in essere presso le reti del Biscione, che agivano autonomamente nella gestione delle news mentre erano legate ad organismi comuni per gli altri programmi¹²³: anche nel servizio pubblico ora, ogni canale è finanziariamente autonomo e deve centrare gli obiettivi di ascolto (che saranno maggiori ad esempio per Rai Uno rispetto a Rai Due e Rai Tre) interagendo con le macrostrutture comuni. Allo stesso tempo, il recupero di un’autonomia editoriale sulla narrativa televisiva sembra in parte rifarsi allo stile monopolistico della *in-house production*.

Una riorganizzazione simile negli intenti (aumentare l’offerta di fiction domestica) ma parzialmente diversa nei modi, avvenne verso la fine degli anni Novanta anche per l’impero commerciale della Fininvest: Roma ReteItalia, creata nel 1987 e preposta alla produzione di *drama* (delle sitcom da studio si occupava invece RTI da Milano), venne sostituita da una nuova società, Mediatrade (dal 2003 incorporata in RTI Spa) che mescolava le strategie aziendali del servizio pubblico, da cui peraltro attinse personale già formato, a metodi più specificamente imprenditoriali¹²⁴, riorganizzando il lavoro sia orizzontalmente che verticalmente. La nuova struttura infatti doveva occuparsi oltre che della produzione anche della distribuzione dei prodotti all’estero; sul piano organizzativo, venne conservata la precedente distinzione tra controllo nella fase di scrittura (delegati editoriali) e durante le riprese (delegati della produzione) con un controllo via via più stringente a svantaggio del produttore esterno e della cifra autoriale. Il sistema gerarchico si compone, in ordine decrescente di potere decisionale, di: (1) un gruppo di persone (tra cui il capo di Mediaset, il responsabile dei contenuti Mediaset e il responsabile marketing) che gravita intorno alla sede milanese dell’azienda e avvalga i diversi progetti; (2) il capo fiction che coordina quattro aree (tre con sede a Roma e una a Milano) (3) i quattro capiarea, divisi per produttori anziché per formati (quindi un’area lavorerà ad esempio con Rizzoli, Mediavivere ed Endemol, un’altra con Taodue e Palomar, e così via); (4) i produttori e gli editor (detti anche produttori “senior” e “junior”) che non sono divisi per aree, ma possono lavorare contemporaneamente per più aree diverse avendo come referenti “capi” diversi in simultanea.

La riorganizzazione dei broadcasters ha previsto inoltre un investimento mirato alla formazione, dato dalla «necessità di aggiornare e universalizzare le conoscenze tecniche attraverso l’assimilazione di linguaggi e pratiche professionali diverse dalla nostra» [Petrocchi, 2001: 168]: sono nate così, per iniziativa di Rai e Mediaset, proposte di (ri)qualificazione professionale rivolte a tutte le professionalità coinvolte nel processo produttivo, in particolare a quelle legate alla scrittura, individuate come le più deficitarie. Nel 1996 la Rai ha dato così vita al suo primo corso per sceneggiatori, un’iniziativa che sul piano pratico mirava ad un training del personale e su quello simbolico testimoniava la volontà

¹²³ All’epoca, ad esempio, ReteItalia Productions operava sul mercato italiano ed estero per quanto riguarda i prodotti di cinema e fiction.

¹²⁴ «La pratica di testare il prodotto con il sistema del pilot, il ricorso frequente alla riscrittura ex novo di un progetto – affidata secondo le consuetudini produttive nordamericane a differenti autori, fino al raggiungimento dell’obiettivo richiesto – non sono infrequenti a Mediatrade, laddove nel servizio pubblico costituiscono un’eccezione» [Petrocchi, 1996a: 115].

dell'emittente pubblica di investire nel settore. Organizzato in collaborazione con la rivista «Script» (quadrimestrale di sceneggiatura), il corso, che prende il nome di «Rai Script», si svolge con cadenza annuale ed ha come prerogativa essenziale l'insegnamento dei fondamenti della sceneggiatura e la riscoperta dell'arte del racconto. Solo col tempo, l'orientamento più spiccatamente televisivo ha preso il sopravvento sull'originale taglio cinematografico: così accanto ad una prima parte del corso dedicata all'analisi della sceneggiatura come struttura (elementi, funzioni e modelli), il resto delle lezioni si concentra sulla scrittura televisiva e i suoi formati ed è teso allo sviluppo da parte dell'allievo di un progetto. Nel 1999 anche Mediaset mette a punto un proprio percorso formativo, questa volta immediatamente orientato alla serialità, con un approccio più pragmatico volto a formare il personale interno all'emittente privata¹²⁵: la prima Scuola Fiction (full immersion di otto ore per cinque giorni la settimana per una durata complessiva di tre mesi), era infatti rivolta alla formazione di tre figure professionali chiave nel processo produttivo seriale: il regista, lo sceneggiatore, il produttore; nel giro di qualche anno il progetto viene sospeso mentre prosegue il corso promosso dalla Rai che continua ad avere, come vedremo, un'importanza strategica nell'accesso alla comunità professionale.

I corsi – di cui mi occuperò anche nel terzo capitolo – risposero alla necessità di creare un sostrato di conoscenze comune tra scrittori freelance e dipendenti interni alle reti (tanto che tutt'oggi il corso Rai Script è aperto a funzionari interni e collaboratori vicini all'azienda) e possono essere considerati un evidente segnale della «fine di una mentalità al “singolare” e cinematografica, che considerava l'atto creativo come un unicum, non ripetibile a comando, non serializzabile» [Costanzo e Morandi, 2003: 61]: mentre il film-tv e la miniserie continuano a rappresentare la declinazione sul piccolo schermo di un modo di operare cinematografico, «la scrittura delle serie a episodi, dei miniserial e dei seriali lunghi viene scomposta in fasi distinte e ridistribuita fra più soggetti» [Petrocchi, 2008: 118]. Dei prodotti del secondo tipo, e della mentalità organizzativa che incarnano, mi occuperò nella sezione che segue.

2.3.2. Un australiano a Napoli: la vera svolta industriale della fiction

A preparare pionieristicamente la svolta seriale della fiction fu per la verità un formato nato già nella prima (sfortunata) metà del decennio, precisamente nella stagione 1993/94: la serie in questione era *'Amico mio'* che inaugurò la cosiddetta “serie all'italiana”. Si tratta di una commistione tra la formula tradizionale della miniserie e la fino ad allora mai interiorizzata scansione della serie episodica [Lucherini, 2003]. Della prima mutuò il numero ridotto degli episodi (da quattro a otto), la durata cinematografica (90-100 minuti), la registrazione in pellicola (secondo standard produttivi corrispondenti a quelli di una miniserie a medio budget); della seconda invece sfruttò il meccanismo della doppia linea narrativa con incastro di una storia verticale (*anthology plot*), legata ad episodi autoconclusivi, incentrata sull'attività lavorativa del protagonista (il “caso” che si sviluppa nell'arco di un solo episodio), e di una storia orizzontale (*running plot*), che si snoda lungo tutta la serie e racconta il privato, i risvolti sentimentali, i

¹²⁵ In questa forma il corso ha avuto breve durata e si è convertito in una scuola dedicata alla formazione di autori e *producers* per ogni tipo di produzione televisiva, dall'intrattenimento alla serialità.

dilemmi esistenziali del protagonista. L'*exploit* di pubblico arrivò con *'Il maresciallo Rocca'* e con la sperimentazione del genere da parte della concorrenza privata con *'Caro maestro'* (entrambe le serie sono andate in onda nella stagione 1995/96). Questa formula seriale ibrida garantì esiti soddisfacenti per alcuni anni, offrendo programmi di buona fattura, permettendo alla fiction domestica di risollevarsi dalle secche produttive delle annate precedenti e rinfrancando sulla preziosità dei prodotti seriali nell'economia di palinsesto: purtroppo, ancora una volta, i prodotti tradivano un'incapacità sistemica ad una produzione che resistesse alla prova del tempo, che fosse cioè autenticamente seriale (su diciassette titoli solo nove hanno avuto un seguito; di questi quattro sono andati oltre la seconda stagione).

Ad ogni modo, le basi erano state gettate e quel «formato seriale medio, atipico nel panorama internazionale [...] e] nato per compensare il "fiato corto" dell'industria produttiva italiana» [Cappuccio, 2000: 197] finì per scomparire, gradualmente soppiantato da quegli stessi formati a cui aveva aperto la strada¹²⁶.

Va detto che se la fiction televisiva è diventata nel giro di qualche anno uno dei prodotti di punta delle prime serate delle reti ammiraglie questo è in buona parte dovuto ad un quadro normativo che ne ha incentivato la crescita. Mi riferisco al varo di una legge (la n. 122 del 30 aprile 1998) che, recependo lo spirito delle direttive comunitarie in materia di audiovisivo¹²⁷, ha istituito per il periodo 2000-2005 una riserva in favore della produzione di opere audiovisive italiane ed europee, obbligando RAI e Mediaset ad investire una quota delle loro risorse in film, fiction tv, documentari e cartoni realizzati in Italia o in Europa. Nel dettaglio, la legge prevedeva investimenti annui pari al 10% dei ricavi derivanti dalla pubblicità per le televisioni commerciali e una quota non inferiore al 20% dei proventi dal canone per la RAI. Nell'ambito di tali quote, l'investimento in film non poteva essere inferiore al 40% delle risorse complessive. Inoltre la legge prevedeva:

«l'obbligo di dedicare un minimo del 50% del tempo di trasmissione a opere europee, di cui almeno la metà prodotte da meno di cinque anni [...]; le televisioni nazionali devono dedicare il 10% del tempo di trasmissione alle opere di produttori indipendenti: per la Rai questa percentuale sale al 20%» [Menduni e Catolfi, 2009: 29].

È innanzitutto per far fronte agli obblighi di legge che entrambi i broadcasters si sono dotati di consociate destinate a coprodurre (e a distribuire) film italiani (la Rai ha creato RAI Cinema e Mediaset ha rilevato il marchio Medusa) e hanno potenziato gli investimenti e le risorse per produrre opere narrative ad esclusiva destinazione televisiva, attraverso la costituzione di organismi specifici: RAI Fiction e R.T.I., brevemente descritti nella precedente sezione.

Fatta questa doverosa precisazione, vorrei soffermarmi su tre prodotti che possono a buon diritto essere considerati i *paladini* di questo *new deal* seriale: *'Un posto al sole'* (1996), la prima soap opera prodotta interamente in Italia; *'Un*

¹²⁶ Lucherini osserva che, dopo l'inatteso successo di *'Un medico in famiglia'*, si tentò comunque di continuare a produrre la serie all'italiana, nel formato 6x90', «innestandovi surrettiziamente le acquisizioni, in larga misura malintese, della lunga serialità a protagonismo corale» [Lucherini, 2003: 145].

¹²⁷ Si trattava della direttiva comunitaria CE 552/1989 (nota come "Televisione senza frontiere") che la legge Mammì del 1990 non aveva accolto.

medico in famiglia' (1998), la prima "vera" serie da *prime time*; *'Distretto di polizia'* (2000, Canale 5, Taodue) un ibrido (riuscito e longevo) tra la tradizione americana delle serie ad episodi chiusi e la classica serie all'italiana.

Mentre la fiction sul piccolo schermo stava vivendo il suo periodo più "disgraziato", negli uffici di via Pasubio, presso la sede romana di Mastrofilm (che nel 1998 sarebbe stata acquisita dalla Grundy Italia), si incontrarono gli ideatori/adattatori di un "*serial drama*" come lo chiamava Wayne Doyle (l'australiano che dà il titolo a questo paragrafo), ovvero di una *soap opera*, come continuiamo a chiamarla noi. Era il giorno di ferragosto del 1994 e da quell'incontro – tra Wayne Doyle, che arrivava da Sidney dove aveva lavorato alla produzione di *'Neighbours'* (1985), Gino Ventriglia, sceneggiatore italiano (oltre che uno degli studiosi coinvolti nel Rapporto Fichera), e l'inglese Adam Bowen – nasceva *'Un posto al sole'*: in onda dal 1996 e dopo un faticoso inizio (a rischio chiusura), è oggi la nostra soap più longeva, oltre che la prima ad essere interamente prodotta in Italia (siamo i penultimi in Europa, seguiti solo dalla Francia, a produrre una lunghissima serialità autoctona). Fu Giovanni Minoli, neodirettore della terza rete, a contattare la Grundy per comprare *'Neighbours'*, format australiano che era già stato trapiantato in Olanda e Germania, e a commissionare le prime 230 puntate da 25 minuti e 70 milioni (di lire) ciascuna. L'operazione complessiva fu tutt'altro che semplice: non si trattava soltanto di far partire un progetto nuovo che sarebbe durato molto più di tutti quelli fino ad allora prodotti, ma di organizzare il lavoro di tutti i reparti in modo che si incastrassero gli uni con gli altri (gli sceneggiatori non potevano certo, com'era consuetudine, scrivere tutte le puntate prima che si iniziasse a girare, e poi i registi girarle tutte prima di montarle, e così via, altrimenti ci sarebbero voluti anni prima di mandare in onda il prodotto). Si trattava in definitiva di cambiare *mentalità*. Per questo, il pacchetto acquistato non consisteva del solo canovaccio narrativo ma includeva la formazione delle competenze necessarie per produrlo [Scalise e Donia, 1999], come spiega lo stesso Ventriglia:

«il *know-how* offerto dalla Grundy prevedeva sia una modalità delle riprese che ottimizzava tempi e risorse, sia il modello di un efficiente dipartimento di scrittura con circa venticinque persone tra *head writer*, *story liner*, *script editor* e *script writer* esterni [...]. La dimensione industriale della scrittura seriale (e dell'intero ciclo produttivo) è diventata patrimonio acquisito nel sistema televisivo italiano, grazie a quell'esperienza importata dall'Australia: la divisione del lavoro, i diversi ruoli e funzioni, le procedure e i tempi rigidi, le forme stesse della sceneggiatura nei suoi vari stadi, in una parola la macchina narrativa che produce quotidianamente *serial drama*» [Ventriglia, 2009: 24].

La multinazionale australiana, esportando il proprio modello produttivo e sovrintendendo agli aspetti ideativi e organizzativi, mise in moto un meccanismo di trasmissione del lavoro che si espanse a macchia di leopardo, diventando, appunto, un "*patrimonio acquisito*" nel nostro sistema. Il "modello Grundy" [Moran, 1985] fu applicato dalla casa di produzione per i suoi nuovi prodotti (quali *'La squadra'*, 1999, e il meno riuscito *'Cuori rubati'*, 2002)¹²⁸, ma fu

¹²⁸ *'La squadra'* è un poliziesco che sfrutta lo stesso apparato produttivo di *'Un posto al sole'*: le riprese infatti avvengono sempre nel Centro Produzione Rai di Napoli, mentre il reparto scrittura, che nel caso della soap si trova sempre a Napoli, è stato de-localizzato a Roma (presso la sede della Grundy). Per un approfondimento sull'organizzazione del lavoro di *'Un posto al sole'* e

trasmissione dallo stesso Wayne Doyle (quando andò a lavorare per un'altra casa di produzione, la Einstein Multimedia) ed "esportato", con alcune varianti, dagli sceneggiatori che dopo essersi fatti le ossa nella prima fabbrica della soap passarono alla "concorrenza" (Mediavivere) ed idearono la prima soap opera del *day time* di Canale 5 (*'Vivere'*, 1999).

La Rai, da parte sua, in particolare Rai Tre, che non produceva fiction dall'inizio del decennio Novanta, si impegnò in uno sforzo produttivo cospicuo, evidentemente persuasa che la produzione di lunga serialità a costi contenuti potesse rappresentare un investimento per il futuro. Inoltre, l'azienda mise «a disposizione il personale e le strutture del Centro di Produzione di Napoli, con la prospettiva di assorbire progressivamente le modalità organizzative dell'apparato produttivo» [Capecchi e Cardini, 1998: 246] e allo scopo di rivitalizzare il Centro di Produzione stesso che sembrava prossimo allo smantellamento, dopo essere stato un punto di riferimento nella produzione di sceneggiati anni '70 e '80. La politica del lancio di nuove serie in luoghi periferici (rispetto al romano-centrismo della fiction) che sfruttino i centri di produzione in disuso o creino *ex novo* dei centri produttivi (è stato il caso di *'Agrodolce'* girato a Termini Imerese, in provincia di Palermo) è applicata tutt'oggi con successo.

Se nel caso di *'Un posto al sole'* si è letteralmente acquisito un *know-how* dall'estero che è stato poi adattato alle esigenze nazionali, consolidando in tempi assai brevi modalità produttive standardizzate, sul fronte delle serie è toccato ad *'Un medico in famiglia'* battere per primo la strada: anche in questo caso si trattava di un format acquistato all'estero (dalla Spagna) che ha permesso di mandare in onda la prima serie della nostra storia televisiva a raggiungere le 52 puntate (nella prima stagione) e le 26 (nella seconda), trasmesse senza interruzioni. La differenza sta nel fatto che in questo caso fu acquistata solo la storia, e quindi un certo numero di personaggi con psicologie precise e archi narrativi già compiuti, ma non si "rubò" un'organizzazione del lavoro. La sceneggiatrice a capo del progetto¹²⁹ racconta di seguito come si svolse la stesura delle puntate per la prima stagione:

"mi sono resa conto subito che andava completamente riscritto, l'ho fatto presente alla Rai e alla produzione e loro hanno detto 'sì è vero, non va bene, lo dobbiamo fare in prima serata'. Erano 26 serate quindi erano 52 episodi da 50... quindi era una cosa immane! [...] Metti su 26 serate io ne ho scritte 16, e invece ho chiamato due veterani che già avevano lavorato con me [...] e ho detto 'Ragà dateme 'na mano, tanto questa è una cosa che si fa in niente, perché c'è già il format'! Quindi abbiamo cominciato molto alla garibaldina... con mio figlio Tommaso, che già faceva lo sceneggiatore ma era piccolo, [...] e quindi lui descallettava gli spagnoli, rifaceva quindi la scaletta, noi prendevamo dalla scaletta spagnola solo quello che ci interessava e poi facevamo le nostre scalette tutti insieme, poi io scrivevo, loro scrivevano, quindi nella prima serie eravamo diciamo in tre titolari e un descalettatore" (P. Pascolini, sceneggiatrice).

de *'La squadra'* si vedano rispettivamente Capecchi e Cardini [1998] e Cotta Ramosino [2005/06; 2007].

¹²⁹ Solo in questa sede, dato il fine espositivo e la necessità di considerare una serie nel suo specifico, ho dichiarato il nome della sceneggiatrice; allo stesso modo avevo più sopra riportato un brano citando il nome del produttore. A partire dal prossimo capitolo ricorrerò invece a nomi di fantasia (sulla scelta dell'anonimato rimando alla nota metodologica).

Da questo resoconto emerge ancora una certa impreparazione al lavoro seriale: la rete e la produzione realizzano in corso che le puntate vanno notevolmente stravolte rispetto all'originale; la sceneggiatrice chiama in soccorso due sceneggiatori e un aiutante ma si assume la responsabilità di scrivere quasi i due terzi degli episodi. Questa organizzazione “*alla garibaldina*” conferma che «un metodo unico non c'è, e va inventato di volta in volta, a seconda della storia e della situazione produttiva» [Costanzo e Morandi, 2003: 109], per cui in questo caso si opta per una sorta di *artigianato seriale*: con un numero limitato di sceneggiatori ma con una catena precisa di compiti (de-scalettare, costruire una nuova scaletta, scrivere la puntata) e di ruoli (il de-scalettatore, gli sceneggiatori di puntata, il capo progetto), indispensabile per far fronte ad un lavoro “*immane*”.

Rappresentò invece un passo in avanti, in termini di razionalizzazione della produzione seriale in senso industriale, l'esperienza di ‘*Distretto di polizia*’, prodotta dalla Taodue – casa di produzione fondata da Pietro Valsecchi e Camilla Nesbitt nel 1991, “convertitasi” alla produzione televisiva nel 1998 e fino a quel momento impegnata sul formato breve di miniserie e film-tv basati su fatti di cronaca – e trasmessa sulla rete ammiraglia di Mediaset. Il progetto rispondeva ad una doppia sfida: da una parte, lanciare la casa di produzione nell'impresa della lunga serialità, dall'altra, testare la tenuta del network privato, fino ad allora indirizzato su formati più brevi e prestigiosi, su un prodotto più lungo, in risposta alla strategia di maggior investimento nel campo della fiction¹³⁰. L'esempio di ‘*Distretto*’, arrivato nel 2009 a tagliare il traguardo delle decima stagione, è interessante per una serie di motivi che cercherò qui di sintetizzare. Innanzitutto perché quella doppia sfida appena esplicitata fu effettivamente vinta: da una parte, la Taodue ne uscì rin vigorita nell'immagine e diventò nel giro di qualche anno un marchio di fiction di successo (per la qualità dei prodotti, una squadra di attori riconoscibili, un'organizzazione produttiva riprodotta con successo, una tendenza alla sperimentazione), e, dall'altra, Mediaset iniziò ad investire sempre più massicciamente sulla lunga serialità da *prime time*. In secondo luogo, perché mi pare un esempio calzante di quelle forme di “autorialità diffusa”, che saranno oggetto del capitolo cinque. Mentre in ‘*Un posto al sole*’ i ruoli sono rigidamente stabiliti e gli ideatori sono indiscutibilmente i tre sceneggiatori (l'australiano, l'inglese e l'italiano) di cui ho più sopra parlato e per ‘*Un medico in famiglia*’ la solida base di partenza (le puntate spagnole) fa sì che il reparto scrittura resti saldamente ancorato a modalità artigianali di lavorazione, in questo terzo caso, proprio il fatto che si dovessero creare da zero le psicologie dei personaggi fissi del distretto di polizia e le storie per “riempire” dodici serate, porta ad un lavoro di ideazione iniziale di tipo collettivo e aperto, con la partecipazione del produttore stesso, degli story editor Mediaset in qualità di consulenti, di alcuni giornalisti, romanzieri e sceneggiatori (con conseguenti strascichi legali per stabilire la paternità del format di serie). Nelle serie successive, dalla terza in poi soprattutto, non solo la divisione dei ruoli all'interno del team di scrittura si fa più definita, ma l'intera produzione dimostra di aver fatto propri standard di lavoro ormai collaudati: il gruppo di sceneggiatori, ad esempio, si incontra stabilmente

¹³⁰ Questo cambio di politica aziendale è legato, oltre alla normativa di cui si è detto, ad un cambio alla direzione generale dell'azienda: Riccardo Tozzi (divenuto poi produttore cinematografico indipendente) passa infatti il testimone a Massimo Carloti che proviene dall'esperienza di successo della consorziata Telecinco e che mette subito in essere una strategia di innalzamento degli investimenti, da indirizzarsi su formati seriali. Tra le serie messe in cantiere rientra, anche, ‘*Distretto di polizia*’ [Ramosino, 2005/06: 81].

presso gli studi del produttore e si organizza il lavoro in modo organico sia dal punto di vista strettamente narrativo (costruendo una griglia fissa di puntata) sia dal punto di vista più strettamente produttivo (scaglionando con precisione i diversi step di consegna delle sceneggiature e lavorando in stretta coordinazione con il reparto produttivo e il regista)¹³¹ [Ramosino, 2005/06: 111-120]. È proprio grazie a questo regime produttivo che si è riusciti a mandare in onda una stagione l'anno di *'Distretto'* (quando ancora la nona stagione era in fase di post-produzione, gli sceneggiatori infatti erano già al lavoro sulla decima), mentre *'Un medico in famiglia'*, che ha mantenuto un'impronta tutto sommato artigianale nel lavoro di scrittura, è rimasto legato a quella discontinuità di programmazione già più volte sottolineata.

Concludendo, mi sono soffermata su questi tre prodotti non solo perché evidenziano il forte cambiamento produttivo che ha investito il campo della fiction televisiva nel giro di pochi anni ma anche perché, a mio avviso, raccontano di una modalità nuova, eppure al suo interno differenziata, di *fare fiction televisiva* e, in definitiva, costituiscono le diverse vie di un processo di industrializzazione tutt'altro che univocamente accettato ed applicato.

2.4. La seconda *golden age*: l'ultimo decennio di fiction televisiva

Nonostante nel corso degli ultimi anni l'industria italiana della serialità abbia dato prova di enorme sviluppo, insinuandosi negli slot orari e settimanali più pregiati e di sostanziale tenuta dei palinsesti, con risorse produttive e creative formatesi negli anni, «lo scenario in cui questo prodotto circola non sembra essere ancora dei più lineari e promettenti» [Menduni e Catolfi, 2009: 32]: perché siamo ancora l'unico Paese europeo ad avere una Top100 dei titoli di maggior successo dominata dalle miniserie anziché dalle serie¹³²; perché l'organizzazione del lavoro pur non essendo più artigianal-cinematografica non è ancora efficacemente industriale (tempi lunghi, professionalità intercambiabili, ecc.); perché il modello economico di riferimento – un “duopolio bilaterale”¹³³ – è quantomeno anomalo; perché al successo di pubblico locale non corrisponde una penetrazione significativa del prodotto nazionale sui mercati internazionali; perché fattori extra-produttivi (cambi del direttivo Rai che paralizzano per mesi i progetti,

¹³¹ La consegna degli episodi viene divisa in due blocchi: i primi quattordici vengono consegnati alla produzione (che inizia a programmare il lavoro da fare sul set) nel giro di quattro mesi, mentre il secondo blocco viene consegnato nei successivi tre mesi, tenendo conto di alcune richieste di modifica sollevate da parte di regia e produzione.

¹³² Le prime 100 fiction di successo del periodo 1988-2008 sono infatti per il 75% miniserie, per il 16% serie, per il 7% film-tv e per il 2% serial. Se si considera la sola Top20 vi compaiono appena tre serie, all'ottavo posto (*'Il maresciallo Rocca'*), all'undicesimo (*'Il maresciallo Rocca 2'*), e al diciannovesimo (*'Commesse'*), la più recente delle quali è della stagione 1997-1998. È da annotare il fatto che le tre serie citate sono state scritte da una coppia di sceneggiatori, Toscano e Marotta, lungi dall'applicare ai loro prodotti una lavorazione di tipo industriale.

¹³³ «Esso costituisce una forma di mercato intermedia tra la concorrenza perfetta ed il monopolio nella quale sono attive solo due imprese. Se in concorrenza perfetta le imprese si comportano da *price-taker* e in monopolio l'unica impresa attiva sul mercato ha il potere di determinare il prezzo; nel mercato di duopolio ciascuna impresa è in grado di influenzare il livello del prezzo di mercato, sapendo che l'altra ha lo stesso potere. Di conseguenza, i profitti di ogni impresa dipendono non solo dalla propria scelta, ma anche dalle decisioni dell'altra» [Osservatorio Filas, 2007: 18]. Sulle ragioni del “mancato duopolio” si rimanda a Balassone [2000: 87-99].

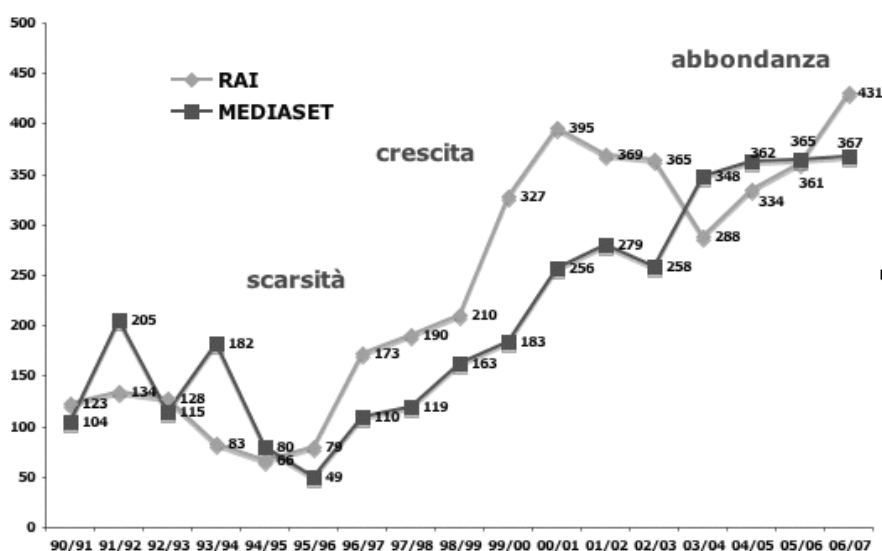
raccomandazioni, progetti scelti sulla base di pressioni politiche, ecc.) finiscono per sovrastare le dinamiche prettamente televisive.

In questo paragrafo intendo illustrare altri due aspetti del campo: la geografia dei rapporti che legano le diverse case di produzione al sistema di *broadcasting* e *narrowcasting* e la questione degli investimenti nel settore della fiction televisiva. Ritengo che un approfondimento in tal senso, per quanto breve, sia necessario ai fini del presente lavoro perché, da un lato, i rapporti tra le due parti economiche del processo hanno ricadute evidenti sul campo professionale in esame, influenzando ad esempio le relazioni tra sceneggiatori e produttori e determinando alcune forme di reclutamento tipiche, dall'altro, i costi della fiction evidenziano la "ricchezza" di questo mondo dell'arte e le condizioni lavorative agiate di cui fruisce chi ne abita le zone centrali.

2.4.1. Dinamiche di mercato e andamento storico

Avevamo lasciato la fiction televisiva nello stato di grazia di inizio millennio; uno stato che si è protratto fino ad almeno due anni e mezzo fa. Il grafico che segue evidenzia proprio la crescita di quest'ultimo decennio rispetto alla fase calante che lo aveva preceduto: scarsità, crescita, abbondanza, questo il cammino compiuto dal prodotto seriale televisivo di casa nostra, che da fanalino di coda in Europa ha iniziato anno dopo anno a guadagnare posizioni importanti (già alle soglie del Duemila era avvenuto il sorpasso della Francia) e a puntare alle 1000 ore stagionali di fiction inedita (soglia già da tempo superata da Germania, Regno Unito e Spagna).

Tab. 2.1. Offerta di fiction televisiva (1990-2007)



Fonte: OFI – Osservatorio Fiction Italiana

Con la stagione 2006/07 dunque l'offerta di prodotto inedito sulle sei grandi reti del *broadcasting* terrestre, pubblico e privato, ha addirittura sfiorato la vetta

delle 800 ore: un risultato che peraltro va corretto con l'aggiunta delle reti del *narrowcasting* satellitare, entrate anch'esse nell'arena della produzione originale di fiction con una ventina di ore tra Fox e Canal Jimmy (a cui nella stagione 2007/08 si è aggiunta anche Sky). Con il contributo delle satellitari quindi, il traguardo delle 800 ore è stato ampiamente conquistato.

Le ultime due stagioni hanno fatto però registrare una lieve flessione, dopo più di un decennio il cui saldo è stato costantemente positivo. Si è registrato infatti un taglio negli investimenti e un conseguente stop nel numero di ore prodotte, in parte dovuto alla crisi economica e in parte ad una disaffezione del pubblico, quale effetto della frammentazione degli ascolti per l'avvento dell'ambiente multi-canale¹³⁴. E proprio l'ingresso nel mercato del satellite, concorrente non più trascurabile per i poli televisivi tradizionali, sembra dare un po' di respiro alla situazione "stantia" delle ultime stagioni. I canali diffusi sulla piattaforma satellitare e le emittenti in onda sul digitale terrestre sembrano essere oggi uno degli spiragli per un nuovo rilancio di un genere che sta forse attraversando una fisiologica fase di *stand by* successiva ad un *exploit* tanto improvviso e sostanzioso: uno dei problemi principali della televisione generalista è che, tranne che per la soap opera, produce fiction quasi esclusivamente per la prima serata delle reti ammiraglie (il discorso vale soprattutto sul fronte commerciale). Mentre infatti la Rai, pur privilegiando il primo canale, ha cercato di distribuire razionalmente la propria offerta, al punto che Rai Due (dove le aspettative di ascolto sono più basse) ha funzionato spesso da incubatore e trampolino di lancio per fiction passate poi su Rai Uno (da *'Il maresciallo Rocca'*, 1996, a *'Montalbano'*, 1998) o da *core* (blandamente) sperimentale del servizio pubblico (penso alla *collection* di film noir *'Crimini'*, 2006), Mediaset ha puntato su una distribuzione sempre più residuale dei titoli per Rete 4 e Italia 1, dove in genere "traslocano" quei prodotti che non centrano gli obiettivi della rete principale (*'Crimini bianchi'* ad esempio nella stagione 2008/09 è stato sposato nella seconda serata di Italia 1 a causa degli ascolti insoddisfacenti).

Il problema principale al momento sembra essere la configurazione del mercato, con due buyer televisivi contrapposti ad un'insieme di produttori e distributori di piccole e medie dimensioni:

«il settore produttivo, infatti, è caratterizzato dalla presenza di subfornitori, ovvero centinaia di piccole e medie imprese e migliaia di lavoratori autonomi che offrono una gamma di servizi audiovisivi. Ai due buyer si affiancano i produttori e i distributori cinematografici, le Tv a pagamento, le radio nazionali e locali, i provider di internet. L'insieme di questi concorrenti non rappresenta una domanda sufficientemente ampia da costituire una competizione per la Rai e per Mediaset sul mercato audiovisivo finale» [Osservatorio Filas, 2007: 17].

Questo tipo di scenario spiega la politica prudentiale messa in atto dai "non-competitors", la cui linea editoriale lungi dal presentare proposte innovative ed audaci è piuttosto rivolta a evitare i rischi e si sostanzia in un «panorama

¹³⁴ I successi stellari registrati dal prodotto fiction fino agli esordi del Duemila si sono andati progressivamente ridimensionando e medie di ascolto intorno ai sei milioni di spettatori vengono oggi salutate come una lusinghiera vittoria: «di fatto non accadeva da almeno un decennio, per l'esattezza dalla stagione 1996-1997 [...], che risultati di ordine relativamente così modesto fossero da annoverare tra i migliori dell'annata» [Buonanno, 2008: 11].

caratterizzato in larga misura da conferme, riproposizioni, ritorni, remake» [Buonanno, 2008: 9].

Particolarmente interessanti per una riflessione d'insieme sull'attuale campo produttivo in esame sono anche i dati relativi alle case di produzione, alle loro dimensioni e alla continuità degli incarichi: nel prospetto che segue sono raccolti i produttori attivi nel settore fiction stagione dopo stagione. Si noti come la maggior parte dei produttori sia occupato per la realizzazione di un solo titolo: questo significa che prevalgono ancora piccole case di produzione occupate saltuariamente, in genere nei formati più brevi; le imprese invece che lavorano continuativamente sono un numero minore, seguono più progetti e più lunghi, lavorano per entrambi i network «grazie alle più ampie risorse economico-finanziarie e all'assetto aziendale di cui dispongono, sono le stesse strutture in grado di rispondere alla necessità di prodotti di media e di lunga serialità in Italia» [Gelato, 2006: 150]. Elemento stabile negli anni è proprio il forte squilibrio tra grandi e piccole case di produzione: a superare le 10 ore di fiction stagionale sono in undici che coprono l'88% del volume orario: due di queste sono le grandi produttrici di lunga serialità (Endemol e Grundy) e realizzano da sole il 46%.

Tab. 2.2. *Numero produttori indipendenti (a stagione per broadcaster)*

Stagione	RAI	Mediaset	In comune	Tot. produttori
2006/2007	27 (39 titoli)	16 (30 titoli)	9	35
2005/2006	22 (31 titoli)	31 (27 titoli)	6	30
2004/2005	25 (36 titoli)	14 (28 titoli)	5	34
2003/2004	21 (31 titoli)	10 (22 titoli)	4	27
2002/2003	16 (29 titoli)	11 (18 titoli)	4	22

Fonte: rielaborazione dati OFI

Il settore produttivo presenta una tipica struttura “a stella cometa”, con una “testa” di pochi produttori che realizzano circa il 90% delle ore di fiction trasmesse in una stagione e una lunga “coda” di piccoli e medi operatori che si spartiscono quanto rimane [Lucherini, 2008: 49]: è la classica opposizione centro/periferia che caratterizza la struttura del mercato anche in altri settori, come ad esempio quello dell'architettura [Blau, 1984: 14]. L'elevato livello di frammentazione del comparto produttivo è strettamente collegato al principio delle “quote tacite”: il broadcaster ogni anno si impegna, sulla base di accordi informali, a produrre un tot di ore con un produttore, un tot con un altro, affida due miniserie ad un altro ancora e divide quel che resta della torta tra i piccoli

produttori. Le oscillazioni nel numero di produttori impegnati da una stagione all'altra sono dovute al numero di case che si occupano di un unico prodotto in una stagione: la Rai ad esempio ha aperto ad un numero maggiore di produttori rispetto a Mediaset che invece ha concentrato maggiormente l'attività nelle mani di un nucleo più ristretto di aziende, procedendo all'acquisizione di alcune case di produzione che lavorano quindi in esclusiva per le reti commerciali¹³⁵. Il volume orario medio per produttore è stato nella stagione 2006/07 di circa 23 ore, sostanzialmente identico rispetto alla stagione precedente, e questo nonostante il sensibile incremento delle ore commissionate: questo è dovuto, da un lato, all'aumento dei produttori "forti" (sono quindici, rispetto agli undici del 2005/06, quelli che superano la soglia delle dieci ore di produzione stagionale), e, dall'altro, ad uno speculare aumento di quelli che non superano le tre ore (cioè che hanno prodotto una sola miniserie nella stagione).

In generale, le società di produzione italiane sono in gran parte sottodimensionate rispetto alle colleghe d'oltralpe, non possiedono *asset* (che nelle tecnologie dell'informazione e della comunicazione coincidono con il complesso di hardware, software e *know-how* consolidato di proprietà dell'impresa), solo in pochi casi diversificano i loro ricavi (producono cioè solo fiction, e non investono ad esempio anche nell'intrattenimento e nei documentari), non fanno ricerca e sviluppo, non rischiano capitali propri e non possono contare su fonti di finanziamento diverse da quelle delle reti; a ciò si aggiunga che a livello politico-istituzionale si insiste molto sulle strategie che riguardano i broadcasters ma quasi mai su come supportare i produttori di contenuti, com'è stato invece fatto altrove (in Francia e nel Regno Unito). Le case di produzione appaiono quindi oggi come il vero anello debole del sistema, legate come sono ad un'organizzazione del lavoro per lo più artigianale – se si escludono i grandi gruppi, da Grundy a Lux Vide, l'azienda si compone in genere di poche persone (il produttore, un produttore esecutivo, una segretaria, qualche stagista) – che rischiano di essere schiacciate dalle globalizzanti economie di scala: per questo, le soluzioni percorribili sono o, in un'ottica industriale, lasciarsi assorbire dai grandi gruppi nazionali ed internazionali, oppure, nel tentativo di preservare l'indipendenza produttiva, associarsi e creare dei consorzi d'impresa al fine di co-produrre, investire in ricerca, porsi degli obiettivi più ampi.

Per quanto riguarda invece le coproduzioni può dirsi ormai definitivamente conclusa la stagione dei cosiddetti *europudding*, «prodotti cosmopoliti nelle intenzioni ma apolidi nei risultati», «strumento principe di ripartizione dei rischi finanziari e degli impegni produttivi» [Cappuccio, 2000: 204], che dopo aver lanciato la ripresa produttiva della fiction europea negli anni Novanta, risultano drasticamente ridimensionate visto anche l'aumentare del favore del pubblico europeo per i prodotti domestici. Una parziale inversione di tendenza in tal senso è auspicata dai vertici di Rai e Mediaset per ovviare alla crisi, dal momento che co-produrre significa innanzitutto tagliare i costi mantenendo alta la qualità, per cui alcune miniserie (come di recente *'Coco Chanel'* e *'Pinocchio'*, 2008) sono ancora confezionate con il sistema di packaging transnazionale che unisce il regista di una nazionalità, gli sceneggiatori di un'altra, il cast misto e un numero imprecisato di produttori esecutivi.

¹³⁵ Si tratta di Mediavivere, fondata nel 1999 da Mediaset insieme ad Endemol, e della già citata Taodue protagonista di una fusione con Medusa Film (controllata al 100% da R.T.I.), attraverso un accordo siglato nel 2007 in base al quale gli azionisti di Taodue avranno il 25% della nuova società e circa 107 milioni di euro.

Non va infine dimenticato il confronto spesso impari con il prodotto d'importazione statunitense che è tornato a fare capolino nei nostri palinsesti in piena terza *golden age*: le serie americane dell'ultima generazione, che attraggono proprio quel pubblico che la fiction nostrana non è in grado di soddisfare (i giovani qualificati), hanno dispiegato «non soltanto elevati valori di produzione, eccellenti standard di scrittura e di fattura, e i frutti maturi di un ben coltivato ambiente creativo, fertile di innovazioni sul piano culturale e formale» ma hanno anche «rilevato una capacità di intercettazione e di lettura profonda e complessa [...] di temi, dilemmi, condizioni ed esperienze della vita contemporanea, con cui la fiction italiana è lontana dal poter rivaleggiare alla pari» [Buonanno, 2008: 14]. Questo ha portato ad un senso di frustrazione e di inferiorità degli operatori del settore rispetto al prodotto d'oltreoceano: che diventa, come vedremo, modello di riferimento narrativo e sistema di produzione a cui ambire.

2.4.2. Quanto costa produrre una fiction

I costi complessivi del confezionamento di un prodotto sono stati per lungo tempo un *segreto* sia a livello nazionale che europeo: mancava infatti una raccolta organizzata di informazioni economiche circa l'attività produttiva, anche per il riserbo di cui emittenti e produttori circondano gli aspetti economici dei loro rapporti [Spada, 2004: 123]. Grazie al lavoro di Eurofiction¹³⁶, è stato possibile confrontare il peso economico della fiction, e dei suoi diversi formati, nei paesi che rientrano nel progetto. Quanto al caso italiano va precisato che, salvo rare eccezioni, il budget viene coperto quasi interamente dalle emittenti (quindi Rai e Mediaset) e che un programma di fiction costa molto di più di uno di intrattenimento: se si considerano, ad esempio, una miniserie ad alto budget e un programma d'intrattenimento anch'esso ad alto budget del *prime time*, si calcola uno scarto da circa due milioni di euro in su all'ora. Pur nella difficoltà di quantificare tutte le voci che intervengono alla realizzazione del prodotto finale, e pur nella diversità di costi che intercorre tra i diversi formati seriali, oltre che tra le produzioni in costume e quelle di ambientazione contemporanea, e con la variante del cast (se vi sono nomi di forte richiamo o meno), si calcola che:

- i cosiddetti costi "sopra la linea" – in cui sono inclusi sceneggiatura, attori principali, regia, oltre ai relativi contributi e oneri – non dovrebbero superare il 20% del budget totale, considerando mediamente il 4% per lo sviluppo, il 13% per gli attori principali, il 3% per la regia;
- i cosiddetti costi "sotto la linea" – quelli della produzione vera e propria – sono quindi il restante 80% e coprono la fotografia, la scenografia, i costumi, i trasporti, ecc., inclusa la *producer fee* (la percentuale che spetta al produttore) che si aggira – al lordo – intorno al 5% per la Rai e al 12% per Rti/Mediaset (5% *producer fee* vera e propria, il resto va a copertura di spese generali e imprevisti).

¹³⁶ Si è giunti al sesto rapporto, pubblicato nel 2003. Il lavoro di ricerca congiunta è iniziato nel 1996 e prende in considerazione cinque paesi europei: Germania, Regno Unito, Spagna, Italia, Francia; ma negli anni i rapporti hanno ospitato contributi sull'andamento sia di altri paesi europei (Danimarca, Grecia, Paesi Bassi, Russia, Svezia, Svizzera, Turchia) sia di paesi extracomunitari (Canada, Brasile).

L'intero processo produttivo in media dura un paio d'anni per le serie medie, qualche mese per il tv-movie e un anno o meno per la miniserie. In media per girare occorrono quattro settimane a puntata per le miniserie e le serie fino a otto settimane, e a seguire un altro 50% del tempo per editarle. La sfida maggiore per abbattere i costi resta quella tecnologica: l'Italia è l'unico Paese occidentale in cui le fiction sono girate ancora in gran parte in pellicola, mentre altrove è l'HD ad essersi fatta largo.

Tab. 2.3. *I costi della fiction (anno 2007)*

	RaiFiction	R.T.I./Mediaset
Budget totale	2007: 268 mln di euro	2007: circa 220 mln
Costi medi per serata		
Serie lunghe (+ di 13 epis.)	850 mila € a epis. (510 mila € l'ora)	1,1/1,5 mln a epis. (550/580 mila € l'ora)
Serie medie (da 4 a 6/8 epis.)	1,3 mln a puntata (780 mila € l'ora)	1,3/1,5 mln a puntata (650/750 mila € l'ora)
Miniserie (fino a 4 epis.)	1,45/1,5 mln a puntata * 2/2,1 mln a puntata (fino a 2,5 mln) **	2 mln a puntata Da 2.5 mln a puntata
Tv movie	1,6/1,7 mln in media	2 mln
Day time	60 mila € circa	70 mila €
Sitcom	-----	120 mila €

* = ambientazione contemporanea (e senza star nel cast)

** = ambientazione storica, ricostruzione in costume, cast stellare

Fonte: *Tivù* (dicembre 2007)

Immediatamente collegato all'aumento di ore di fiction nazionale prodotta è l'incremento di investimenti nel settore: si è infatti mediamente passati da un volume di investimenti pari a 120 milioni di euro nel 1996 (di cui 75 milioni investiti dal servizio pubblico e i restanti da Mediaset) a circa 500 milioni di euro nel 2006 (280 per la Rai e 220 per Mediaset), ripartiti fra i diversi formati; il nuovo piano industriale triennale della Rai parla però di tagli per 17 milioni di euro ed ha già conosciuto le prime vittime illustri di questo ridimensionamento con relativo strascico polemico (sacrificate le fiction sul tenore Enrico Caruso, su San Massimiliano Kolbe, l'adattamento de *'Quer pasticciaccio di via Merulana'*, una docufiction sul pentito di mafia Tommaso Buscetta, e il seguito de *'Il Commissario Manara'*)¹³⁷. La riflessione sui costi sarebbe interessante se potesse essere condotta (ma i dati a disposizione continuano ad essere scarsi) in una prospettiva più ampia, che aiutasse a cogliere il modo in cui è cambiata, se è cambiata, la mentalità editoriale delle reti, in quali condizioni aziendali trovino spazio nel piano di produzione i prodotti più innovativi o viceversa vengano approvati quelli più "sicuri". I pochi dati a disposizione rendono difficile ragionare in questi termini, per questo nel presente paragrafo mi sono limitata a dare un'idea del peso economico di questo settore sia in termini di costi che esso comporta che di aziende che coinvolge.

¹³⁷ La bozza del piano di finanziamento rai è disponibile al sito <http://sact-blog.blogspot.com/2009/10/il-piano-fiction-rai-provvisorio.html>.

2.5. Una postilla terminologica. La fiction che studiamo

Per considerare completo il quadro relativo al campo entro cui si è mossa la presente ricerca è necessario concludere con una breve postilla terminologica. Uno dei primi problemi che si trova ad affrontare chi voglia intraprendere uno studio sul mondo della fiction televisiva, è riuscire ad orientarsi tra la messe di definizioni, modelli, categorie e sottocategorie, che, in teoria, dovrebbero aiutare a raggruppare i diversi racconti televisivi sulla base di caratteristiche comuni e ricorrenti [Eco, 1985; Tulloch e Alvarado, 1983]. Come spiega Bellotto [in Casetti e Villa, 1992: 135]:

«le notevoli variazioni dei nomi della fiction, attribuite da documenti aziendali e dalla stessa critica e saggistica televisiva nel giro di questo trentennio, non sono dovute a incertezza tassonomica, ma a generi che nascono, cambiano e talvolta muoiono e soprattutto a pratiche testuali e politiche di palinsesto che modificano la fisionomia delle forme e i modi in cui esse vengono percepite all'interno e all'esterno della Rai [e di Mediaset]».

Nei prossimi capitoli mi riferirò ai prodotti di fiction sulla base di due principali criteri di segmentazione, pur consapevole che essi sono ormai privi di confini rigidi e di ricorrenze immutabili, ma convinta che continuino ad essere utili per una riflessione sulla produzione culturale strutturata per macro-categorie di prodotto:

- il formato, che dipende dal numero, dalla durata e dalla morfologia delle singole parti, oltre che dalla formula narrativa, che oscilla tra la continuità assoluta e la forte discontinuità¹³⁸;
- il genere narrativo, che riprende le “etichette” già in uso nel cinema e nella letteratura, stabilito sulla base del mondo rappresentato (collocazione temporale e geografica della storia), del tipo di coinvolgimento emotivo che crea, o meglio che intende creare, nello spettatore e della tonalità della narrazione.

I formati a cui farò principalmente riferimento nel presente lavoro sono quattro: il *tv-movie*, la miniserie, il *serial* e la serie. Li riprendo qui brevemente sulla base di alcune considerazioni già sviluppate in questo capitolo.

I film per la tv (detti anche *tv-movies*) sono pensati specificamente per una programmazione televisiva, che non passa quindi attraverso il canale delle sale cinematografiche, della durata di 90-100 minuti. Si tratta di un prodotto flessibile che può essere usato per sperimentare nuovi linguaggi e tematiche “difficili” e che richiede un budget più ridotto e tempi produttivi più ristretti rispetto a quelli cinematografici (ma anche a quelli di una miniserie); è l'unico formato a non presentare alcun elemento di serialità, almeno in teoria: non va dimenticato infatti,

¹³⁸ Il “formato” non va confuso con il “format”. Il *format* televisivo è infatti un modello di produzione televisiva, ovvero un apparato di regole (di stile, contenuto, forma, ecc.) che determinano il programma stesso. Il format ha valore di *proprietà intellettuale*, per cui il titolare dei diritti può vendere la licenza di produrre e trasmettere lo stesso programma in altri stati e lingue. Molti dei *reality show* (*Grande Fratello*, *L'isola dei famosi*) e dei *game show* (*Chi vuol essere milionario?*, *Affari tuoi*, ecc.) in onda sulle nostre reti sono basati su format stranieri. La tendenza si è diffusa, in misura minore, anche al prodotto fiction [Cfr. Zanatta, 2009].

che oltre alla possibilità del *prequel* o, più spesso, del *sequel* (film successivi che riprendono la narrazione di vicende e della vita di personaggi già conosciuti, raccontando la storia precedente o successiva), il film-tv (che in questo caso è detto anche “pilota”) può essere usato per “testare” il gradimento del pubblico in vista di una serie più lunga, una pratica particolarmente consolidata in America a cui di recente ha in alcuni casi fatto ricorso anche Canale5. Tanto che tra i piccoli segnali di cambiamento delle ultime stagioni televisive si annovera proprio una ripresa nell’offerta di questo formato simil-cinematografico che di norma costituisce la pezzatura elettiva per il resto della fiction europea.

Le *miniserie*, invece, sono suddivise in poche puntate (da due a sei): si tratta di una formula che, pur radicata in diversi paesi, può a buon diritto considerarsi una tipica espressione della serialità all’italiana – soprattutto del servizio pubblico – essendo erede diretta dello sceneggiato. Si tratta di un formato ibrido, «liminale» [Buonanno, 2005], perché rimane sospeso tra una matrice seriale – fa ricorso a forme di ripetizione che rimandano a personaggi, eventi, temi già noti, anche se solo superficialmente, allo spettatore – e una non seriale – non genera familiarità, ma fa piuttosto leva sull’effetto novità –, tra il televisivo (divisione in puntate) e il cinematografico (è un racconto compiuto di durata cinematografica e dagli elevati costi produttivi, per via del cast di attori di richiamo, le riprese in esterni, lo sfarzo scenografico, la massiccia promozione pubblicitaria). Come emergerà anche dai dati, nonostante l’importanza strategica assunta dal racconto seriale più esteso, questo formato occupa indubbiamente «una posizione privilegiata sulla polarità positiva dell’asse del prestigio culturale» in base al principio per cui «la reputazione dei formati produttivi e delle formule narrative sembra essere inversamente proporzionale alle “quantità” che mobilitano, sul piano della estensione, segmentazione e durata» [Buonanno, 2003: 102].

Se la miniserie manca di alcune caratteristiche squisitamente seriali, il serial e la serie, termini adottati con l’avvento della “neo-televisione”, sono invece i rappresentanti cardine della serialità televisiva. Il *serial* è diviso in puntate, ovvero in segmenti narrativi “incompiuti”¹³⁹, che sfruttano l’espedito del *cliffhanger*¹⁴⁰ e creano *suspence* tra una puntata e la successiva; può durare mesi (ma anche anni). Più precisamente il serial può prevedere una chiusura narrativa e ruotare intorno alla vicenda di un personaggio principale, e in questo caso si parla di *telenovela*, oppure, può essere aperto con finali parziali di singole *storylines* e una corallità di personaggi e storie sviluppate in contemporanea¹⁴¹, e parleremo allora di *soap opera*¹⁴². Non solo, il serial può essere sia un prodotto per il *day time* (va

¹³⁹ Il segmento narrativo definito da una puntata «occupa un posto preciso nella sequenza temporale della storia ed è direttamente concatenato ai segmenti che lo precedono e lo seguono [...]. Di norma le puntate sono identificate tramite una numerazione progressiva e non hanno titoli autonomi rispetto al programma di cui fanno parte» [Buonanno, 2007: 294].

¹⁴⁰ Letteralmente indica chi rimane appeso ad una roccia, ma il termine viene usato per significare un espediente narrativo usato in letteratura, al cinema, nelle serie televisive e in altre forme di narrazione di finzione, in cui la narrazione si conclude con un’interruzione brusca in corrispondenza di un colpo di scena o di un altro momento clou caratterizzato da una forte *suspence*. In genere, un *cliffhanger* è posto a conclusione di un episodio con l’intento di indurre nel lettore o nello spettatore una forte curiosità circa gli sviluppi successivi.

¹⁴¹ Secondo Cardini [2004: 60] «rispetto alla soap opera statunitense la telenovela non è “altro”, è piuttosto “interna” al genere e ne declina le potenzialità narrative, di formato, tematiche ecc. in relazione al contesto di riferimento»: il contenuto della telenovela infatti è fortemente connotato culturalmente e rielabora tematiche socialmente condivise.

¹⁴² Esistono tre principali modelli di *day time soap*: quello americano alla ‘*Beautiful*’ (in cui «prevalgono nettamente gli intrecci sentimentali, l’ambientazione sociale è nelle classi medio-alte

in onda tutti i giorni nel corso della giornata) sia per il *prime time* (alcuni parlano in questo caso di “supersoap”). Ai fini di questo lavoro, mi limiterò ad utilizzare il termine “soap opera” per riferirmi ai prodotti del primo tipo (al momento le soap in produzione sono tre: ‘*Un posto al sole*’, ‘*Cento Vetrine*’ e ‘*Agrodolce*’) e il più generico “serie lunga” o “lunga serialità” per includere sia i primi che i secondi (uno dei pochi esempi in Italia è costituito da ‘*La squadra*’, a cui ha fatto seguito nel 2008 ‘*La nuova squadra*’).

La serie invece è suddivisa in episodi “autonomi e compiuti”,¹⁴³ di norma 12/13 della durata di 50/60 minuti, trasmessi a cadenza settimanale: la storia raccontata ricomincia ad ogni nuovo episodio daccapo, riproponendo gli stessi protagonisti e le medesime ambientazioni, azzerando di fatto gli avvenimenti precedenti (un caso di serie così intesa è ‘*Don Matteo*’, 2000, che non ha una linea orizzontale). Anche in questo caso il formato si specifica in numerose varianti, spesso in relazione alle tradizioni produttive del singolo paese (si pensi alla cosiddetta “serie all’italiana” che ha caratterizzato la produzione domestica a partire dagli anni Novanta): avremo ad esempio le serie antologiche (o *collection*) che si presentano come una serie di film-tv accomunati dal genere/tema o tenute insieme da un elemento ricorsivo extradiegetico (il modello è quello di ‘*Alfred Hitchcock presents*’, 1955); le *sitcom* (contrazione di *situation comedy*), ormai consolidatesi come formato autonomo [Eton, 1978-9], composte di episodi brevi (24/25 minuti, come la soap), incentrati su situazioni umoristiche, inframmezzati da applausi e risate registrate; e le “serie serializzate” (o “a incastro”), formato oggi diffusissimo, con elementi di continuità narrativa inter-episodica solitamente legati alla storia personale dei protagonisti, e *running plot* protratti da una stagione all’altra¹⁴⁴ (è il caso del nostro ‘*Distretto di Polizia*’). Anche in questo caso per questioni di semplicità userò il termine generico “serie” (o serialità media, in contrapposizione al formato breve della miniserie e a quello lungo delle soap) per indicare sia la serie “pura” (chiusa) che quella serializzata e la sitcom, precisandone la distinzione laddove necessario ai fini della riflessione empirica.

Riassumendo, si parlerà prevalentemente in termini di: film-tv, miniserie, serie (o serialità media), e serie lunghe (tra cui le soap opera).

Ciascun prodotto di fiction oltre ad avere una sua, più o meno definita, forma seriale si rifà poi ad un genere narrativo, la cui precisazione in categorie definite è ancora più complessa, dal momento che è proprio su questo aspetto che si gioca la sperimentazione creativa e la continua ricerca di nuove formule di finzione seriale per la tivù. Come accennato in precedenza, un genere di fiction si definisce innanzitutto per l’ambientazione e il contesto che racconta, che può essere western, poliziesco (nelle sue sterminate varianti, ad esempio, il *legal drama* “alla Perry Mason” in cui il protagonista è un avvocato o il più recente poliziesco

e lo stile realizzativo punta a una bellezza patinata e un po’ irreale»), quello britannico (che «si caratterizza per una maggiore attenzione alle problematiche sociali, una certa ruvidezza nel linguaggio e nello stile di rappresentazione, un’ambientazione negli strati medio-bassi della società inglese», un esempio classico è ‘*Coronation Street*’, in onda dal 1960), e quello australiano, un ibrido tra i due precedenti, importato anche in Italia (‘*Un posto al sole*’, 1996; ‘*Vivere*’, 1999; ‘*Centovetrine*’, 2001; ‘*Sotto casa*’, 2006) [Grignaffini, 2004: 64].

¹⁴³ L’episodio quindi «racconta una storia dall’inizio alla fine [...] di norma è identificato da un titolo specifico, autonomo rispetto a quello del programma di cui fa parte» [Buonanno, 2007: 289].

¹⁴⁴ Il rapporto tra gli episodi è in questo caso di continuità e non di contiguità come nella soap dove la narrazione riprende dal punto esatto in cui era stata interrotta. In questo caso ogni episodio esplora un momento o un aspetto specifico dei problemi esistenziali del protagonista.

scientifico alla C.S.I), ospedaliero, fantascientifico, storico-biografico, letterario, religioso, familiare (per definirlo si usa spesso l'inglese *family*). A sparigliare ulteriormente le carte si aggiunge il tono della narrazione: può trattarsi di una commedia, un thriller, un horror, un dramma, fino al *dramedy* (contaminazione fra dramma e commedia), impostosi negli anni Novanta sia negli Usa che in Europa¹⁴⁵. Nel corso dei prossimi capitoli si farà comunque un riferimento limitato ai generi, a meno che ancora una volta non risulti necessario ai fini del discorso: in particolare si tenderà a distinguere tra serie contemporanee o di ambientazione storica, tra poliziesco e familiare (dato che in genere nelle serie del secondo tipo è più pregnante la linea orizzontale della storia, cosa che richiede una maggiore coesione della trama e un controllo al vertice nel team di scrittura).

Conclusioni. Quattro stati del campo

Credo che ogni studioso attraversi nel corso della sua ricerca una sorta di “educazione sentimentale” al campo: le storie che raccoglie, con i riferimenti ad eventi che hanno segnato il mezzo, a nomi di registi, sceneggiatori, produttori che per qualche ragione sono considerati cruciali, a provvedimenti politici che hanno dato una spinta o viceversa hanno rallentato il mercato, contribuiscono a fargli prendere consapevolezza di quel mondo da un punto di vista non solo sincronico/contestuale, ma anche storico (dalla nascita del Programma Nazionale) e comparativo (soprattutto con gli Stati Uniti, la grande “fabbrica” dei telefilm). Il tentativo di queste pagine è stato quindi quello di cucire insieme avvenimenti legati alla storia della fiction e della televisione in generale, innovazioni narrative, momenti di svolta, debiti di riconoscenza nei confronti di altri mezzi, allo scopo di documentare il progressivo (e lento) farsi industria di questo settore della produzione culturale, nella convinzione che questo *collage* (di frammenti), possa costituire una sorta di ingresso guidato al campo.

Si è visto innanzitutto come il meccanismo del “già noto” seriale sia stato una risposta al bisogno insaziabile (e lontanissimo nel tempo) di racconto e insieme la strategia comunicativa per arrivare alle masse. La televisione in particolare, ha rivestito fin dalla sua nascita un ruolo essenziale in quanto narratrice di storie “cadenzate”, al punto da essere affiancata alla figura del bardo, musicista e cantastorie itinerante [Fiske e Hartley, 1978] ed indicata come *central story telling system* [Newcomb, 1999] nel più ampio sistema dei media. Come abbia coniugato la sua nobile missione narrante con le logiche di mercato, la tradizione culturale del paese in cui veniva prodotta con una spasmodica caccia all'audience, è stato appunto l'argomento del presente capitolo. Per scoprire che quello italiano è una sorta di *artigianato industriale*, un compromesso nazionale fra la rigorosa serializzazione *made in U.S.A* e la nostra tradizione cinematografica e autoriale, e che, dopo più di vent'anni, le parole di Abruzzese [1984b: 169] quando sosteneva provocatoriamente che «la caratteristica fondamentale del nostro sistema dei mass media è quella di *non essere ancora sistema*», sembrano ancora almeno in parte attuali.

¹⁴⁵ Grasso [2007: 85] riconosce in *Moonlighting* del 1985 il capostipite di questo genere: «nata come detective story, la serie si trasforma ben presto in commedia romantica, una macchina narrativa che si diverte a sfornare situazioni rappresentate sempre con ironia e leggerezza».

Questo non significa, beninteso, postulare l'immobilità del campo stesso, che ho anzi colto nelle sue successive trasformazioni. Nel testo ho seguito, per immediatezza espositiva, una scansione temporale in decenni, che vorrei qui rileggere in modo più analitico. Ispirandomi alle riflessioni di Bourdieu [1992] sui "tre stati" del campo letterario, sono giunta infatti a riconoscere nella storia del campo della produzione culturale di fiction televisiva i seguenti quattro stati:

- (1) una fase di costituzione assimilabile ad un «periodo eroico» [*ibidem*: 177] perché il campo si costituisce in una sorta di vuoto, è sprovvisto di istanze da seguire o, viceversa, da sovvertire, e cerca all'esterno referenti da cui trarre spunto per la propria legittimità. Questo periodo corrisponde nel nostro caso all'onda lunga e fortunata dello sceneggiato televisivo che fin quasi alla fine degli anni Settanta assolverà al compito di costruzione di *una posizione* nel più ampio campo culturale, per somiglianza prima con il teatro, poi con il cinema, e successivamente ampliando i propri orizzonti oltre i confini nazionali (si ricordi il periodo delle coproduzioni);
- (2) una fase di crisi identitaria che si protrae fino alla metà degli anni Novanta, ed è dovuta sia a fattori endogeni, originatisi cioè all'interno del campo televisivo, tra cui i più importanti sono la fine del monopolio e l'apertura a nuovi soggetti [Di Mario, 2005], i nuovi assetti interni al sistema di *broadcasting* (alcuni dei quali stabiliti per legge), l'enorme popolarità di altri tipi di programmi (come i *game show* a basso costo o il varietà-contenitore), sia a fattori esogeni, ovvero che pur non originandosi all'interno dei sistemi televisivi vi si ripercuotono a vari livelli (quali ad esempio la fine della Prima Repubblica e del "pentapartitismo", il calo degli investimenti pubblicitari¹⁴⁶, le nuove pratiche di consumo e lo sviluppo delle tecnologie);
- (3) una fase di differenziazione dei formati e di *invenzione* dello sceneggiatore televisivo – si ricordi «l'invenzione dell'intellettuale» cui fa riferimento Bourdieu [*ibidem*: 194-197] – nel corso della quale il campo rivendica la propria legittimità consacrando un nuovo stile professionale ed una tipologia di opera pressoché inedita che pure «comporta una traslazione della struttura dei gusti» [*ibidem*: 227];
- (4) una fase di maturità, tuttora in corso, caratterizzata da una certa stabilità (di stili, routine produttive, investimenti, ecc.) ma nella quale sono già visibili i segnali di una nuova futura *rivoluzione simbolica*, che potrebbe essere originata (ma è solo una supposizione) dai nuovi soggetti (le reti satellitari) entrati in punta di piedi nel campo ma già chiaramente situatisi in una posizione alternativa rispetto a quella iper-conservatrice che ha caratterizzato le strategie produttive della televisione generalista, soprattutto negli ultimi anni.

È soprattutto agli ultimi due stati che questo lavoro farà riferimento, dal momento che la maggior parte degli intervistati è entrata stabilmente nel campo a

¹⁴⁶ Secondo Buonanno [2004: 301] «il brusco rallentamento, o addirittura l'inversione, della crescita degli investimenti pubblicitari costituisce attualmente il fattore esogeno dotato della maggiore incidenza negativa sulle economie complessive dei sistemi televisivi europei»

partire dal terzo, ovvero di fatto quando è stata *inventata* la figura professionale alla quale appartengono. Un'invenzione che non è stata isolata, dal momento che il riassetto del sistema in senso industriale ha comportato l'ascesa e la caduta di altre categorie professionali, ciascuna portatrice di una sua cultura ed etica, di esigenze lavorative e rivendicazioni specifiche. La storia del settore produttivo della fiction televisiva è anche la storia di questi gruppi e dei relativi e complessi negoziati su punti di vista differenti, a volte inconciliabili.

In generale, credo che questo capitolo, oltre a costituire un'introduzione al campo e a fornire alcune informazioni di contesto della realtà produttiva in cui si inserisce lo sceneggiatore televisivo, presenti anche una serie di spunti che a mio avviso meriterebbero di essere approfonditi combinando gli strumenti sociologici con altri (ad esempio economici o giuridici): penso a questioni quali il budget, i finanziamenti delle reti, le fusioni societarie, ma anche alla regolamentazione in materia televisiva e alle leggi che regolano il diritto d'autore. In altri termini, sono convinta che un maggiore sforzo di ricerca nella comprensione della storia della nostra cultura di massa [Dematté e Perretti, 1997; Forgacs, 1990; 2000] possa e debba essere ancora fatto.

Per quanto riguarda questo lavoro, considero l'evoluzione dell'apparato seriale in Italia e l'attuale "stato" del campo – che ha oscillato tra diversi modelli organizzativi ed è il risultato di sedimentazioni successive che lo caratterizzano come un ibrido irrisolto – un punto di partenza imprescindibile per analizzare la figura dello sceneggiatore televisivo che di questo "stato" è un prodotto e insieme un artefice.

capitolo terzo

Narratori di storie per la televisione: il mestiere di sceneggiatore

*“Vita d’artista, vita da cane
Senza una lira per settimane
Schiavo del fumo e di un pezzo di pane [...].
Vita d’artista, vicino ai folli
Sempre nel dubbio che a volte sciogli
Come aspirine o vecchie tisane
Vivere d’arte... che vita da cane!
Vivo d’artista quasi da sempre
Con questo nome che non resta in mente...”*
– Sergio Cammariere –

Introduzione

Lo sceneggiatore televisivo, e con lui il suo percorso (artistico) all’interno del mondo professionale che abita, è il protagonista di questo capitolo. E il concetto di carriera, come serie di passaggi oggettivi e soggettivi attraverso cui i narratori di storie per il piccolo schermo si muovono, aumentando (o diminuendo) il loro capitale (economico, culturale e sociale), perseguendo obiettivi e conseguendo riconoscimenti, ne è il filo conduttore; insieme ad una serie di chiavi (di lettura e di analisi), dal reclutamento ai “*turning points*”, dalla sponsorizzazione all’esperienza, derivate dagli studi sulle professioni condotti da Hall, Hughes, Becker, Strauss, fino alle più recenti riflessioni su diverse categorie di artisti. Da questa prospettiva lo sceneggiatore è un “mestierante” di professione, svuotato dell’ideologia romantica del genio, dell’intoccabile, dell’insondabile; e il suo lavoro è un’*abilità*, per dirla con Weber [1904], cioè non solo un talento, ma un “saper fare” diffuso, un bagaglio sfaccettato di capacità, di formazione e, soprattutto, di esperienza, di affidarsi ad altri, di lavorare in gruppo, di gestire dinamiche relazionali formali e informali, di reggere i periodi di attesa e quelli di iper-attività, e, *last but not least*, di mettere nero su bianco idee, personaggi, intrecci, dialoghi.

Nel mondo professionale che costituisce il perno attorno al quale ruota questo lavoro, poi, ciascuno sceneggiatore si situa in una condizione di unicità: ciascuno ha le sue prospettive e motivazioni, perché non tutti sono ambiziosi allo stesso modo né hanno le stesse capacità; ciascuno arriva alla televisione con il suo passato, familiare e di studio, cinematografico o teatrale; alcuni hanno appena iniziato la loro carriera, altri sono ormai “sul viale del tramonto”, qualcun altro ancora “*sta quasi in cima, e molto più in su di così non cred(e) di poter arrivare*”

(Giulia)¹⁴⁷; alcuni (la maggior parte) soffrono, altri (fortunati) non si lamentano; tutti comunque scrivono “*quella roba lì*” (Angelo), che intrattiene le prime serate catodiche di milioni di italiani.

La struttura di questo capitolo si muove su livelli giustapposti e comunicanti: prima di tutto ho definito chi è uno sceneggiatore di fiction televisiva e come si percepisce in quanto tale; successivamente, ho raccontato la sua storia individuandone i momenti salienti, ovvero la fase di orientamento (background e formazione), l’ingresso al campo della produzione di fiction televisiva (esperienza lavorativa “preparatoria”, reclutamento, e passaggio al “professionismo”), la scalata al suo interno (secondo spostamenti, di durata e intensità variabile, attraverso i diversi ruoli disponibili) e al suo esterno (con la possibilità di nuove carriere), e le relative reputazioni e aspirazioni, individuali e collettive; infine, nella parte conclusiva, ho cercato di rielaborare alcuni dei nodi conflittuali emersi dall’analisi della “comunità occupazionale” evidenziando una contrapposizione tra un’élite radicata e influente e una sorta di contro-élite, emergente, giovane e “serializzata”.

3.1. Per una mappatura della professione artistica

Il primo punto da chiarire è, solo in apparenza, tautologico: chi è uno sceneggiatore di fiction televisiva? La domanda ne contiene in sé almeno due distinte: secondo quale criterio si stabilisce che un individuo è uno “sceneggiatore di fiction”? E in che cosa consiste il suo lavoro? È a queste due domande che darò risposta nel presente paragrafo, affrontando, nella prima sezione, la questione circa la definizione di chi può dirsi sceneggiatore di fiction e discutendo della difficoltà di fotografare numericamente il campo; e fornendo, nella seconda sezione, un profilo generale del lavoro di sceneggiatore articolato intorno a due aspetti, ovvero il “*cosa*” (fa quando lavora) e il “*per chi*” (lavora).

3.1.1. Quantificare il non-quantificabile

La professione dello sceneggiatore può a buon diritto essere considerata, al pari di quella di scrittore, «una delle meno capaci di definire (e di mantenere) completamente coloro che la rivendicano» [Bourdieu, 1992: 302]. Abbiamo cioè a che fare con la questione dei *confini*, propria di ogni “professione” che non abbia codificati meccanismi di ingresso e di permanenza (che non abbia, ad esempio, un albo, come quello degli psicologi, degli architetti, degli avvocati, dei giornalisti,

¹⁴⁷ Ho deciso di usare le citazioni delle interviste inserendole nel testo sia con spezzoni separati visivamente dal resto, e successivamente commentati, sia all’interno del mio discorso, laddove mi sembravano utili a sottolineare un passaggio (inserendo quindi tra parentesi brevi estratti) o ad esprimere un concetto meglio di quanto (ahimè) riuscissero a fare le mie parole. Ogni spezzone è accompagnato da un nome di fantasia con cui ho rinominato ciascun intervistato ed ogni riferimento che possa ricondurre alla sua persona è stato schermato. Per un elenco completo degli intervistati e delle date degli incontri rimando all’Appendice B; ho inoltre precisato nel testo quando la citazione non è estrapolata dalle interviste audio-registrate ma da conversazioni private, telematiche o *live* non registrate.

ecc.): il diritto d'entrata al campo non è fissato sulla base di un livello di scolarizzazione e di capitale specifico minimi [Mauger, 2006: 248] ma nemmeno il diritto di permanenza è vincolato dal fatto di essere "in attività".

C'è quindi da chiedersi: consideriamo sceneggiatore il signore o la signora attempati che hanno scritto un film in gioventù e poi hanno virato su altri percorsi professionali e non consideriamo sceneggiatore il/la giovane pagato/a per scrivere un film mai prodotto o disposto/a, pur di inseguire il suo sogno, a lavorare senza firmare i propri lavori? La risposta per molti versi è: Sì. E in queste pagine spiegherò perché, definendo a quale popolazione fa riferimento il presente lavoro, non sulla base di un criterio da me convenzionalmente stabilito¹⁴⁸ ma seguendo i parametri che il campo stesso ha fissato (o ha provato a fissare). Per addentrarmi nella questione riporto di seguito un estratto dalle mie note di campo:

«Chiedo ad Alessandra quanti sono gli sceneggiatori in Italia. Mi dice che non lo sa, anche perché, sottolinea, *"non è chiaro chi sia uno sceneggiatore... capisci che anche la Rusic è 'na sceneggiatrice!'"*. Mi spiega che ci hanno provato già nel '93 a dire *"chi fossero e quanti fossero"* e arrivarono a stabilire che era sceneggiatore chi stava lavorando: *"ma vedi anche lì è stato un casino perché, per dire, anche quelli del Centro Sperimentale che ce l'avevano scritto su un pezzo di carta non potevano non essere definiti sceneggiatori!"*. Alessandra non è la prima a non sapermi dire quanti sono quelli che fanno questo mestiere, ogni volta che faccio questa domanda ricevo delle risposte super-vaghe, autentici numeri in libertà: *"boh saremo in 200-300"* aveva buttato lì Mario; *"che adesso stanno lavorando per la tivù? Ma secondo me arriviamo a un centinaio se è tanto, compresi quelli delle soap"* mi ha detto invece Giulia [...]. Ora, se mi chiedessero quanti sono i dottorandi in Italia, effettivamente nemmeno io saprei azzardare una cifra, ma alla fine pure che deve mettersi a spulciare tutti i nomi degli iscritti alle scuole di dottorato uno alla fine arriva a una cifra esatta. Qui mi convinco sempre di più che non sia così facile, e infatti Alessandra commenta che alla fine *"è come per gli psicologi prima che ci si iscrivesse all'albo: tutti potevano metter fuori la targhetta con scritto 'psicologo', no!?"*» (note di campo, 30/05/08).

¹⁴⁸ Prandstraller, ad esempio, nella sua indagine sul mestiere di regista cinematografico dichiara di aver concentrato i suoi sforzi analitici intorno alla figura del "regista-autore", ovvero colui che tiene «in pugno il film dal momento ideativo fino alla sua realizzazione completa», in contrapposizione alla figura del "regista-esecutore" «che si limita ad eseguire un progetto filmico industriale» [1977: 12]. Ma al di là degli intenti di ricerca si scontra con un problema tutt'altro che secondario: che cosa e chi garantisce lo statuto autoriale? Posto di fronte a criteri altamente soggettivi, finisce quindi per «accettare una concezione dell'autore sufficientemente ampia per includervi, oltre a coloro che sono tali per designazione unanime, quanti altri accettano le regole del cinema d'autore, cioè la metodologia e lo spirito di questo cinema, anche se le loro realizzazioni non raggiungono risultati particolarmente felici» [ivi]. Non è mia intenzione discutere la scelta metodologica dello studioso, anche perché la sua ricerca ha il merito di essere stata una delle prime, ed essere rimasta una delle poche, sui mestieri dello spettacolo in Italia; l'ho semplicemente citata per evidenziare come un criterio stabilito a priori e corretto *in fieri* sulla base del giudizio della comunità cinematografica rischi di creare un campione diverso da quello atteso: Prandstraller, a mio avviso, ha finito per svolgere una ricerca sui registi di lungometraggi italiani, con uno sbilanciamento verso i più "noti", e non sui registi-autori del nostro cinema.

Alessandra esprime in modo chiaro il problema della costituzione di un campo legittimo, e lo fa prendendo ad esempio i due casi estremi: da un lato Rita Rusic, che è principalmente una produttrice ma ha anche firmato da sceneggiatrice alcuni prodotti audiovisivi, e dall'altro gli allievi del Centro Sperimentale di Cinematografia che si diplomano in sceneggiatura ma non hanno ancora scritto ufficialmente nulla. Allo stesso tempo ricorda un anno, il 1993: nacque allora il movimento "Maddalena '93", costituitosi in modo spontaneo e inaspettato¹⁴⁹ in occasione del Premio Solinas¹⁵⁰ (che si teneva all'isola della Maddalena, di qui il nome del gruppo) e che raccolse «per vari mesi la voglia della gente di cinema di cambiare le cose» [Zagarrio, 2006: 243]. Anche se la polemica del gruppo era indirizzata contro il sistema-cinema – «quello pubblico lottizzato ed elefantino, quello ministeriale paternalista e corruttibile, quello televisivo partitocratico e sprecone» [*ibidem*: 244] – in quell'occasione emerse un'evidente spaccatura tra la vecchia generazione (dei vari Furio Scarpelli, Mario Monicelli, Ettore Scola, Nanni Loy, ecc.) e la nuova generazione di trentenni che si candidava alla guida ideativa del cinema anni '90 e reclamava spazi e riconoscimenti. Credo che questo episodio, pur non immediatamente collegato al campo televisivo, allora pressoché "inesistente", sia significativo perché fa riferimento ad un'esigenza di auto-definizione da parte del campo dell'arte, ad un tentativo di auto-mappatura, che si scontra con le difficoltà della sua stessa natura indefinita, natura che appunto dà il diritto a reclamare una posizione legittima al suo interno attraverso una rilettura dei criteri di appartenenza.

Se dunque, nel 2008, Alessandra si poneva ancora lo stesso problema di quindici anni prima, significa che la questione non è ancora stata risolta? Diciamo che i confini formali del campo esistono e sono sempre esistiti: uno sceneggiatore è colui o colei che ha firmato almeno un'opera, soggetto e/o sceneggiatura, andata in onda (in televisione, nel caso del nostro campione). In altri termini, è sceneggiatore solo chi è iscritto alla S.I.A.E.¹⁵¹: tecnicamente infatti non possiamo

¹⁴⁹ Sulla nascita del movimento si veda: G. Grassi, *Giovani registi di cinema alla riscossa*, in «Corriere della Sera», 08/07/93, p. 29, disponibile alla pagina: http://archiviostorico.corriere.it/1993/luglio/08/giovani_registi_cinema_alla_riscossa_co_0_9307084040.shtml.

¹⁵⁰ Il Premio Solinas è un concorso dedicato alla scrittura per il cinema: ideato e fondato nel 1985 a La Maddalena, in Sardegna, da Felice Laudadio con la collaborazione di Gian Maria Volonté, il premio è intitolato allo sceneggiatore Franco Solinas (ha sceneggiato tra gli altri: *'Kapò'*, 1959; *'La battaglia di Algeri'*, 1966; *'Queimada'*, 1969). Ogni anno la giuria che seleziona le migliori sceneggiature (con un premio in denaro) è composta da produttori, registi e sceneggiatori. Dopo numerose edizioni "sarde", il Premio Solinas è stato spostato prima a Bologna e successivamente a Roma. Accanto alla manifestazione storica (che ha assunto la dicitura più estesa di: "Premio Solinas – Storie per il cinema") sono nate altre iniziative parallele come il "Premio Solinas Documentario per il cinema" (due edizioni), "Talenti in corto", e il "Premio Solinas – S.A.C.T.: Piloti per serie TV", «per scoprire, sostenere, promuovere la creatività e il talento per la scrittura televisiva». Cfr. <http://www.premiosolinas.org/home.html>; <http://www.premiosolinas.org/downloads/cartellastampapilotiperserietv.pdf>.

¹⁵¹ La Società Italiana degli Autori ed Editori, costituitasi nel 1882 per promuovere e salvaguardare la tutela del diritto d'autore, è l'unica società, diversamente da altri ordinamenti, che tutela sia gli autori che gli editori. Gli sceneggiatori di fiction televisiva sono iscritti alla Sezione Cinema che tutela le opere cinematografiche e assimilate (film per la tv, telefilm seriali, serie e miniserie televisive, telenovelas e soap operas, situation comedies, film inchiesta in una o più puntate, documentari televisivi e cartoni animati di breve durata fino a 45', ecc.). Questa attività di tutela riguarda, in particolare, la gestione dell'equo compenso (art. 46bis della legge n. 633/1941), riconosciuto agli autori, che la SIAE negozia e amministra per loro conto.

nemmeno dire che sia sceneggiatore chi paga le tasse per il suo lavoro di scrittura, dal momento che è probabile che egli le paghi prima che il “frutto del suo ingegno” vada in onda. Quello appena esposto (aver scritto almeno una cosa che sia stata trasmessa) è ad esempio il criterio che da statuto ha imposto la S.A.C.T., già citata associazione di categoria, come vincolo alla *membership*. Diversamente l'Associazione 100Autori ha optato per una soluzione “di compromesso” seguita ad un acceso dibattito tra gli storici esponenti del Movimento 100Autori, dalle cui ceneri è nata nel febbraio 2009¹⁵². Riporto quindi di seguito l'estratto dello statuto in cui viene dichiarato chi può diventare socio:

«Per “Autore” ai fini della ammissibilità di un soggetto a far parte dell'Associazione, si intende chi sia autore di almeno un'opera che sia stata diffusa al pubblico attraverso almeno uno dei principali *media* nazionali o internazionali relativi alla propria categoria di autorialità, come indicate all'art. 2, comma 1).

Possono altresì essere iscritti alla Associazione persone presentate da almeno due membri dell'Associazione stessa per comprovati meriti o qualità artistiche ancorché non legati ad opere diffuse in pubblico.

Tali proposte dovranno essere approvate dall'Assemblea.

Il numero di tali soci non potrà superare la quota del dieci per cento del numero complessivo degli associati stessi e comunque non potrà superare il numero di cinquanta»¹⁵³.

Il punto mi sembra chiaro: i confini formali esistono e con essi una evidente e reiterata difficoltà ad applicarli. Di conseguenza: è come se fossero solo tratteggiati. Perché se è insindacabile chi non può non essere considerato uno sceneggiatore, riconosciuto legittimamente come tale sia all'interno che all'esterno del campo, più sfumata e incerta è la posizione di chi non “ha le carte” per farvi parte ma viene di fatto considerato uno sceneggiatore dagli *insider*, o almeno da una parte di questi («per comprovati meriti o qualità artistiche», come recita lo statuto con una formula quanto mai fumosa). Inutile forse dire che lo statuto di sceneggiatore “per malleveria” sarà tanto più riconosciuto dagli appartenenti di diritto al campo quanto più centrale sarà la posizione occupata da chi garantisce per il/la nuovo/a entrante. Adeguandomi quindi a questa regola non scritta, nel presente lavoro consideriamo sceneggiatori televisivi tutti coloro che hanno firmato almeno un soggetto o una sceneggiatura di una fiction andata in onda, ma anche coloro che mi sono stati presentati come sceneggiatori televisivi, anche se al momento della conoscenza ancora nulla di quel che avevano scritto era stato trasmesso sul piccolo schermo.

¹⁵² Il Movimento 100Autori è nato agli inizi del 2007 quando una cinquantina di sceneggiatori e registi ha iniziato ad incontrarsi alla Libreria del Cinema di Trastevere ed è diventato “vistoso” il 7 maggio 2007 in un incontro al teatro Ambra-Jovinelli di Roma con l'allora ministro Rutelli e tutti gli operatori di cinema e televisione. Di recente il Movimento ha fondato un'associazione (100AUTORI-Associazione della Autorialità Cinetelevisiva). L'associazione ha anche alcune sezioni non romane (Torino, Milano, Bologna). Cfr. *Per una nuova associazione*, in «Giornale dello Spettacolo», in <http://www.giornaledellospettacolo.it/index.php?option=comcontent&task=view&id=2049&Itemid=87>.

¹⁵³ Dallo Statuto della “100AUTORI – Associazione della Autorialità CineTelevisiva”, p. 3. Disponibile alla pagina: www.100autori.it/STATUTO100AutoriDEF.doc.

Riprendendo lo stralcio delle note della conversazione avuta con Alessandra e più sopra riportata, emerge poi un altro aspetto, peraltro strettamente collegato a quanto sostenuto finora: il discorso su chi potesse “*metter fuori la targhetta con scritto ‘sceneggiatore’*”, per parafrasare l’intervistata, era nato infatti dalla mia curiosità di sapere quanti fossero a fare questo mestiere in Italia. Anche qui la risposta non è immediata, e non solo perché la definizione stessa di sceneggiatore è rimasta di fatto sospesa. Poniamo per un attimo di considerare sceneggiatore solo chi lo è di diritto, perché vogliamo quantificare l’ampiezza “ufficiale” del campo. Le informazioni che ho ricavato anche in questo caso sono frammentarie, e non consentono di pervenire ad una stima nemmeno approssimativa del numero degli sceneggiatori televisivi, un problema questo già emerso in altri studi sulle professioni artistiche [Moulin, 1967; Dragosei, Fantacone e Pezzoli, 1994]. Le fonti a cui possiamo fare riferimento, tenendo conto della definizione di “sceneggiatore televisivo” come colui che ha firmato almeno una fiction andata in onda, sono di tre tipi:

- i dati E.N.P.A.L.S. (Ente Nazionale di Previdenza e di Assistenza per i Lavoratori dello Spettacolo);
- gli iscritti alla S.I.A.E.;
- i *credits* di ciascuna opera¹⁵⁴.

Iniziamo dai primi. Il problema principale è dato dalle dimensioni troppo ampie dell’aggregato di riferimento: vengono infatti considerati congiuntamente sceneggiatori e registi radiotelevisivi; il che vanifica ogni tipo di riflessione, essendo accorpati gli autori di programmi televisivi e radiofonici che vanno in onda quotidianamente insieme agli sceneggiatori di fiction televisiva: il numero medio di giornate lavorative e la retribuzione media giornaliera (informazioni ulteriori ricavabili dai dati E.N.P.A.L.S.) non sono quindi significativi perché fotografano due regimi occupazionali (i dipendenti delle reti e i *freelance*) molto distanti tra loro. Più interessanti sarebbero le informazioni ricavabili dagli iscritti alla S.I.A.E.: ciascuno sceneggiatore infatti è tenuto a compilare per ogni opera firmata un cedolino (“Bollettino di Dichiarazione”)¹⁵⁵ in cui specifica il titolo, gli altri aventi diritto e la ripartizione dei proventi. Si tratta quindi di dati sensibili di difficile accesso che non ho potuto verificare di persona.

Quanto infine ai *credits* relativi ad ogni opera la fotografia che ci restituiscono è differente da quelle più sopra considerate: se da un lato infatti non ci dicono nulla della reale condizione lavorativa degli sceneggiatori televisivi (quanti giorni lavorano annualmente, quanto guadagnano, ecc.), dall’altro ci consentono di fare delle riflessioni interessanti sulla consistenza numerica e le modalità di impiego della categoria professionale in esame per un arco di tempo definito. Un lavoro di catalogazione di questo tipo è stato condotto

¹⁵⁴ Ho escluso da questo elenco gli iscritti alla S.A.C.T. (che sono circa 130) perché oltre a lasciar fuori dal conteggio molti sceneggiatori (tra cui più della metà degli intervistati) essa comprende sceneggiatori di cinema e televisione. Ancora meno ci dice il numero degli associati ai 100 autori (circa 350) perché ai limiti già detti si aggiunge il fatto che nell’associazione militano insieme sceneggiatori e registi di cinema e televisione.

¹⁵⁵ Cfr. http://www.siae.it/documents/dor_modello_bollettinodichiarazione.pdf?931453.

dall'Osservatorio sulla Fiction Italiana (O.F.I.)¹⁵⁶ che ha ricostruito il curriculum di oltre mille sceneggiatori e registi di fiction televisiva (titoli dei programmi accreditati, anno di trasmissione, formato, genere, rete, fascia oraria, ascolto medio).

Pur non avendo avuto accesso al database completo sul quale poter eventualmente condurre un'analisi secondaria dei dati¹⁵⁷, i responsabili del centro mi hanno messo a disposizione uno studio pionieristico e riservato che si proponeva di valutare la consistenza numerica di chi fa questo mestiere, il volume dei *credits* (il numero di titoli per singolo sceneggiatore), i rapporti di ciascun autore con le case di produzione (quanti titoli per produttore). Dai dati – relativi al periodo 1998-2002 e ad un campione di 450 sceneggiatori accreditati per 256 titoli di fiction di prima serata¹⁵⁸ – emergono quattro aspetti rilevanti del campo in esame, che possiamo considerare validi anche per la situazione attuale, risultando in linea con quanto emerso dalla mia ricerca empirica:

- (1) un aumento nel periodo considerato del fabbisogno di sceneggiatori (si ricorda che erano gli anni di passaggio da una dimensione artigianale ad una industriale della serialità televisiva nostrana) a cui l'industria rispose con l'immissione nel sistema di sceneggiatori esordienti e con l'impiego più regolare di quelli già in attività; avendo a disposizione un riscontro con il periodo successivo (ad esempio 2003-2007) potremmo con molta probabilità rilevare una diminuzione degli esordi visto il progressivo stabilizzarsi del mercato;
- (2) un aumento del numero di accreditati per prodotto che evidenzia l'emergere di vere e proprie squadre di sceneggiatori (i *"project-team"* di cui ho parlato nel primo capitolo)¹⁵⁹, impiegate per il formato seriale e variabili da un minimo di sette ad un massimo di venticinque persone;

¹⁵⁶ Creato nel 1986 dai sociologi Giovanni Bechelloni e Milly Buonanno, è un centro di studi che svolge attività di ricerca, analisi, consulenza e formazione nel settore dei media di comunicazione, con un'attenzione mirata all'industria televisiva. Il lavoro di ricerca si avvale di sistemi di monitoraggio quantitativo e qualitativo della produzione, dell'offerta e del consumo di televisione, e dà luogo a rapporti annuali e a studi *ad hoc*. Cfr. www.campo-ofi.it/ofi/index.php.

¹⁵⁷ In questo caso la lenta e faticosa negoziazione – in seguito alla quale avevo ottenuto la possibilità di accedere ad una versione cartacea dei dati – si è risolta in un drastico rifiuto, in quanto l'O.F.I. non acconsentiva ad un utilizzo del set di dati per un'elaborazione secondaria degli stessi. Riporto di seguito parte delle motivazioni fornitemi da uno dei responsabili dell'osservatorio di ricerca: *"Lì dentro ci sono tutti i dati raccolti in 20 anni di lavoro (non solo i nomi degli sceneggiatori, che tutto sommato per noi è la cosa meno interessante, ma tutte altre variabili: titolo, formato, produzione, programmazione, ascolti, ecc.). È il nostro asset esclusivo che deve restare tale. Persino a chi lo compra [il database costa 6.000 euro] diamo non il file ma solo il cartaceo (e il mercato cui ci rivolgiamo è costituito da soggetti di cui sappiamo per certo che non hanno alcun interesse alla elaborazione dei dati). [...] Insomma, si tratterebbe di un esproprio completo del nostro patrimonio. Per cui la risposta è no"* (comunicazione mail, 21/11/08).

¹⁵⁸ Il campione corrisponde al totale degli sceneggiatori impiegati dall'industria televisiva nel periodo considerato indipendentemente dal ruolo svolto (soggetto, sceneggiatura, dialoghi, story editor). Sono esclusi dal conteggio gli sceneggiatori di soap opera e di altri prodotti di fiction in onda nel *day time*: questo significa che anche questo indicatore è da considerarsi approssimato per difetto rispetto al numero reale degli sceneggiatori in attività, mancando sia di una percentuale non quantificabile di sceneggiatori non accreditati sia di quella relativa agli sceneggiatori di soap opera e sitcom (prodotti che più frequentemente vanno in onda in orari diversi dal *prime time*).

¹⁵⁹ Cfr. al paragrafo 1.3.2.

- (3) un evidente squilibrio tra una minoranza di sceneggiatori che lavora con continuità (solo il 10% degli autori aveva firmato mediamente almeno un titolo l'anno, producendo da solo un terzo degli accrediti) ed una maggioranza impiegata in modo saltuario (sono il 55% coloro che nel quinquennio considerato avevano preso parte ad un solo programma); dall'esigua minoranza di sceneggiatori televisivi "regolari", Fabrizio Lucherini e Tiziana Russo, autori del rapporto, separavano un gruppo ulteriormente ristretto di cosiddetti "grandi autori" che hanno firmato più di 6 titoli nel periodo considerato osservando come fossero più frequentemente impiegati nel formato televisivo "corto" (miniserie) che in quello seriale. Anche in questo caso un confronto con l'attualità potrebbe essere interessante per cogliere se, effettivamente, le serie siano rimaste un formato di "serie B" sia in termini di prestigio che di valorizzazione economica, cosa che crea un doppio meccanismo di rincorsa dei produttori agli autori con una più solida reputazione professionale, da una parte, e di specializzazione degli autori affermati sul formato televisivo più "nobile", dall'altra;
- (4) una tendenza, anche presso gli sceneggiatori più attivi, a stabilire rapporti privilegiati con un numero ristretto di case di produzione (circa l'8% degli autori attivi aveva collaborato con più di tre produttori) e legami di quasi esclusività con uno dei due *broadcaster*; questo ci dice che possiamo a buon diritto considerare il rapporto fiduciario sceneggiatore-produttore (sia indipendente che interno al network) come una "pietra preziosa" del capitale sociale di ciascun artista¹⁶⁰.

Concludendo, in questa sezione ho cercato innanzitutto di chiarire a quale categoria professionale fa riferimento questo lavoro, sottolineando che, in linea con la prassi della comunità stessa, saranno considerati sceneggiatori di fiction televisiva gli accreditati per almeno un prodotto andato in onda e coloro che, pur non avendo ancora nessun titolo depositato presso la S.I.A.E., mi sono stati presentati come appartenenti alla comunità di riferimento. Ho inoltre brevemente passato in rassegna le basi dati che raccolgono informazioni di tipo quantitativo su questo gruppo di lavoratori dello spettacolo e le motivazioni (mancanza di accesso o scarsa significatività) per cui non è stato possibile tracciare una mappa anche solo approssimativa del campo da un punto di vista macro.

3.1.2. Il mestiere dello sceneggiatore televisivo: caratteristiche generali

Prima di analizzare la geografia interna di un campo professionale è necessario non solo stabilire chi abbia diritto a farne parte, ma anche di che tipo di profilo professionale ci occupiamo, ovvero qual è, in concreto, il lavoro svolto; questo vale tanto più se si tratta di una professione artistica, rispetto alla quale il rischio è che se ne abbia effettivamente già un'idea, ma mitica e/o distorta. Per

¹⁶⁰ Data la natura riservata dei dati non ho ritenuto corretto inserire tabelle, grafici e informazioni più approfondite, ma semplicemente sottolineare come alcune tendenze emerse dal mio lavoro siano suffragate anche da un punto di vista quantitativo.

quanto mi riguarda, ad esempio, pensavo che lo sceneggiatore scrivesse da solo, a casa sua, magari nella sua casa al mare, che spedisse il suo “malloppo” di pagine *word* quando l’aveva completato e che poi aspettasse una chiamata del proprio agente per il contratto successivo, attesa che ammazzava leggendo romanzi, presenziando a qualche festa di gente *vip*, andando alle proiezioni private dei film degli amici, telefonando in giro per sentire “*che si dice*”. Lo stereotipo contiene sempre un fondo di verità: e questo caso non fa l’eccezione [Tuchman, 1978]. Per considerare nel dettaglio il lavoro di uno sceneggiatore televisivo, smontando o confermando i luoghi comuni, mi soffermerò da una parte sulla natura effettiva del suo *fare* e dall’altra sui suoi datori di lavoro.

Intuitivamente, chi fa questo mestiere scrive. Ma questa è solo una delle attività, certo quella ontologicamente fondante la professione stessa, anche se non necessariamente quella che occupa il maggior tempo di una giornata tipo (ammesso che ne esista una), come racconta Guido nel passaggio che segue:

“diciamo che scrivere è la roba bella di questo lavoro, il fatto che domani mattina m’invento una cosa sul Medioevo mentre passeggiavo a Villa Borghese e domani notte sto sul letto a scrivere il dialogo de ‘na madre e ‘na figlia che non se parlavano più da anni [...] o quando scrivi con qualcun altro: bellissimo! Se poi è un tuo amico ancora meglio! Lì sono giornate intere al cazzeggio proprio... creativo si intende! [ride] Ecco tutto questo è figo, sicuramente... poi però ci sono anche delle gran rotture di coglioni, e non sono poche!” (Guido).

Da questo discorso ne ricaviamo quindi che esistono due tipi di attività: la scrittura (“*la roba bella*”) e tutto il resto (“*le gran rotture*”). Partiamo dalla prima. Lo sceneggiatore può scrivere da solo o con altri: mediamente insieme si sviluppano le idee, si abbozza la scaletta, mentre la fase di scrittura vera e propria avviene singolarmente¹⁶¹. Potenzialmente poi questo lavoro potrebbe svolgersi ovunque: e infatti l’immagine dello sceneggiatore che si ritira a scrivere nella sua casa al mare ha trovato più di una conferma. Di norma però sono tre i luoghi in cui lavora: a casa (in una stanza adibita a studio), in un ufficio separato (che spesso condivide con altri colleghi), nella casa di produzione per cui sta lavorando. Una prassi quest’ultima che si è andata consolidando nelle maggiori case di produzione (come Taodue, Grundy e Publispei) con l’avvento di una mentalità seriale (documentata nel capitolo precedente) e la necessità di coordinare una nutrita squadra di sceneggiatori impegnati sullo stesso progetto: mutuando la formula di lavoro applicata per la prima volta ad “*Un posto al sole*”, nelle sedi delle produzioni sono state così adibite delle stanze per gli sceneggiatori, dove questi si incontrano per svolgere le parti di lavoro comune nel corso delle cosiddette “riunioni di sceneggiatura” (o “*brainstorming* di sceneggiatura”). Questa modalità ha fatto sì che si stabilissero degli orari “d’ufficio”, seppur elastici, ad un mestiere, che altrimenti non ha orari, ma soltanto scadenze [Caccamo, 1987: 61]: uno sceneggiatore può scrivere quando vuole, deve solo rispettare la data di consegna. Riporto di seguito a titolo

¹⁶¹ Le diverse fasi di scrittura saranno approfondite nel quinto capitolo di questo lavoro.

esemplificativo una griglia con le scadenze relative ad una serie di prima serata della Rai.

Tab. 3.1. Griglia con scadenze (serie per il prime time)

	Inizio scrittura	Consegne 1°stesura	Note Rai e XXXX [casa prod.]	Consegne 2° stesura	Note Rai e XXXX [casa prod.]	Consegna 3° stesura
Bibbia + 26 casi di puntata	20/03/06	25/05/06	30/05/06	16/06/06	20/06/06	23/06/06
Scalette da '50 da 1 a 10	26/06/06	10/07/06	17/07/06	24/07/06	----	----
Scalette da '50 da 11 a 18	10/07/06	24/07/06	31/07/06	07/08/06	----	----
Scalette da '50 da 19 a 26	02/10/06	23/10/06	30/10/06	06/11/06	----	----
Sceneggiature da '50 da 1 a 10	24/07/06	21/09/06	04/09/06	11/09/06	25/09/06	02/10/06
Sceneggiature da '50 da 11 a 18	07/09/06	04/09/06	18 /09/06	25/09/06	09/10/06	16/10/06
Sceneggiature da '50 da 19 a 26	06/11/06	04/12/06	18/12/06	08/01/07	22/01/07	05/02/07

Fonte: per gentile concessione di Angelo

Questa tabella a doppia entrata, di “*linee orizzontali e verticali che si incrociano, guarda un po’, a formare le sbarre di una cella*” (Angelo), ci conferma quanto più sopra detto: uno sceneggiatore ha innanzitutto delle scadenze da rispettare, lavora quasi sempre a progetto (nel caso riportato sa che per un anno questa serie sarà il suo lavoro), combinando in contemporanea diverse fasi di scrittura. Va detto comunque che le scadenze previste sono indicative e che quasi mai nel reale svolgimento del lavoro vengono rispettate (“*naturalmente lo sceneggiatore deve convincere subito il produttore che già la prima settimana è sbagliata e slitterà e tutto andrà oltre, cioè neanche la prima scadenza sarà rispettata*” mi conferma infatti Angelo).

Uno sceneggiatore comunque scrive sempre: sia che abbia un contratto (e quindi che sia pagato per quello che sta scrivendo) sia che non ce l’abbia. Nel secondo caso può scrivere qualunque cosa: può lavorare all’idea per un film, o ad un romanzo, o ad una *pièce* teatrale, e così via. Ma in entrambe le situazioni non è detto che il suo lavoro si concretizzi in un prodotto che viene immesso nel circuito culturale. Questo significa che il suo curriculum ufficiale non corrisponderà a quello ufficioso. Si veda ad esempio un estratto dalle mie note, prese durante un pomeriggio passato a casa di Giulia a spulciare tra le sue vecchie cose scritte:

«Giulia tiene in un folder “lavoro” sul desktop del suo Mac tutte le cose che ha scritto “*perché io sono svizzera, c’ho sta cosa che mi tengo tutto, non so neanch’io perché*”. Inizia così ad aprire le cartelle una per una per controllare il materiale che c’è dentro e si ferma a commentarle: mi dice la rete, mi ricorda quando sono andate in onda, quali erano gli attori, come sono andate a livello di audience [...]. Mi rendo conto che ci sono titoli che non ho mai sentito: e infatti Giulia inizia ad elencarmi una serie di “*mai fatto*” accompagnati dai nomi dei produttori o dei colleghi con cui aveva lavorato per quel progetto. C’è un po’ di tutto: la bibbia di una seconda serie che poi non è stata fatta “*perché la prima era andata troppo male*”; “*una serie Mediaset in costume che era una merdata e hanno chiamato me, XXXX e XXXX [nome di due colleghi] per rimetterla in piedi in due mesi... e abbiamo lavorato come dei pazzi, abbiamo riscritto tutte le puntate, secondo me era venuto una figata... non l’hanno mai fatta*”; proposte di soap mai fatte; [...] aprendo una cartella Giulia mi dice “*questa invece è una cosa che mi brucia molto perché la mandai a XXXX [nome produttore], che mi aveva chiesto un’idea a basso costo, e poi ha fatto XXXX [nome serie] e io l’ho scoperto dopo e l’idea era questa e me l’ha rubata*”. [...] Mentre spegne il computer Giulia sembra leggermi nel pensiero perché conclude con un “*quindi come vedi in diec’anni di lavoro le cose mai fatte sono tantissime... proprio l’altro giorno stavo riguardando il mio curriculum perché dovevo mandarlo per una cartella stampa: cazzo una pagina e mezza in dieci anni! Ma perché, hai visto, no?, la stragrande maggioranza delle cose che io ho fatto non sono mai andate in onda, non sono mai state prodotte, non sono mai andate oltre una certa fase, quindi mesi e mesi di lavoro poi buttati*”» (note di campo, 10/07/08).

Questo lungo estratto conferma appunto che uno sceneggiatore può “dichiarare” (cioè rivendicare la paternità, e di conseguenza percepire i diritti S.I.A.E.) meno sceneggiature di quelle che ha effettivamente scritto. Precisamente, ogni sceneggiatore può avere nel cassetto quattro tipi di scritti che non compariranno nel suo “portfolio”, i primi due dei quali emergono anche dall’analisi che Giulia fa del materiale da lei prodotto: (1) i lavori commissionati, scritti, pagati e congelati per i motivi più vari (i principali sono: cambio del consiglio d’amministrazione della Rai, problemi tra la casa di produzione e la rete, seconde stagioni di serie bloccate); (2) i “plagi” (veri o presunti), ovvero progetti presentati, sotto forma di idea, ad una rete o ad una casa di produzione, rifiutati e poi sviluppati da altri; (3) i progetti nel cassetto, cioè idee, soggetti, trattamenti o intere sceneggiature scritti per piacere personale, magari già proposti in giro con scarso successo; (4) il materiale scritto “a nero” (senza firmare). Di questi solo il primo e l’ultimo, gli unici tra l’altro ad essere pagati (o sottopagati), possono incidere sullo status dello sceneggiatore: la mancata realizzazione di progetti già scritti (in toto o in parte) può infatti portare ad un nuovo incarico da parte della stessa casa di produzione, che ha comunque apprezzato il lavoro fatto o è costretta ad operare quella che viene definita una “*transazione contrattuale*”¹⁶²; dal lavoro

¹⁶² Si tratta di una prassi piuttosto in uso: poniamo ad esempio che lo sceneggiatore abbia un contratto per scrivere due puntate di una serie, ne scrive una e poi la serie viene bloccata. A questo punto gli verrà pagata la puntata che ha scritto, mentre per liquidare l’altra viene spostato su un altro progetto. Non è una regola, ma piuttosto una “*pratica negoziale privata e arbitraria*” che

a nero invece – che approfondirò nel paragrafo 3.4 – spesso prende avvio uno dei primi spostamenti (verso l’alto) della carriera. Se si può quindi parlare di curriculum “corto” rispetto all’attività effettivamente svolta da uno sceneggiatore, va detto che chi fa questo mestiere ha comunque modo di rifarsi sulla distanza, dal momento che la sua non è una professione su cui pesa lo scorrere del tempo, come invece nel caso di orchestrali, ballerini e attori [Menger, 1999; Lincoln e Allen, 2004]: dato che il tipo di scolarizzazione non codifica il diritto d’entrata (e che mediamente si impara a scrivere a sei anni) non esiste un limite d’età per iniziare a fare questo mestiere e, soprattutto, gli sceneggiatori, come i registi e gli scrittori, non vanno “in pensione” e possono lavorare anche quando sono molto in là con gli anni (si pensi ad Antonioni, Monicelli, Camilleri e, tra gli sceneggiatori storici della commedia all’italiana, a De Bernardi, recentemente scomparso).

Fin qui è stato considerato il solo atto di scrittura, ma, come ho anticipato, il mestiere dello sceneggiatore va ben oltre. In modo simile ad altre professioni artistiche – si pensi ai musicisti ad esempio [Bodinger-deUriarte, 1985: 85], il cui lavoro non si esaurisce al momento della performance su un palco davanti ad un pubblico – anche chi scrive per la televisione è impegnato in altre attività che riassumerei come segue:

- le attività “preparatorie”, come le riunioni di sceneggiatura, la raccolta di materiale documentario, le riunioni con la rete e la produzione;
- i momenti di aggiornamento professionale, ad esempio attraverso la lettura di saggi sulla serialità, la partecipazione ad incontri pubblici con sceneggiatori affermati, soprattutto stranieri, lo studio di altri prodotti televisivi;
- le azioni che mirano ad un avanzamento nella gerarchia occupazionale, come “coltivare” i propri contatti e proporre in giro le proprie idee.

Le attività del secondo e terzo tipo segnalano dunque che anche buona parte del tempo libero di questi professionisti è spesa in attività collegate al loro mestiere creativo: seguire i trend della serialità internazionale, accumulare potenziali contatti, partecipare a feste e momenti di aggregazione, leggere romanzi che potrebbero essere adattati per la televisione. Di fatto lo sceneggiatore tende a compensare la mancanza di «una competenza riconosciuta e istituzionalizzata» [Lamy e Weber, 1999] con un “capitale specifico” accumulato con il tempo, «acquisito e coltivato dall’individuo nel corso effettivo della prestazione» [Parkin, 1979: 49].

Consideriamo ora brevemente le tre principali attività del primo tipo, rubricate come attività preparatorie alla scrittura. Le riunioni di sceneggiatura, indipendentemente dal fatto che si svolgano a casa o negli uffici di produzione, sono momenti di totale libertà creativa per gli sceneggiatori, nei quali l’attività principale è parlare. Si discutono i personaggi, le linee narrative, si struttura la storia: in genere una persona si incarica di prendere appunti e gli altri sono liberi di camminare, sedersi, saltare, rispondere al telefono, entrare, uscire. In questa attività “di parola” è naturale che siano molti anche i momenti in cui si divaga:

“dipende da chi sei tu, dal tuo agente se è bravo, dalla casa di produzione, perché sai non è che tutte le produzioni c’hanno un altro prodotto su cui possono farti lavorare” (Simone, comunicazione telefonica, 09/01/10).

parlando di sé, dell'ultimo film visto al cinema, di un collega, prendendosi in giro, spettegolando, ecc. Questo per dire che il lavoro e il privato sono inestricabilmente collegati anche nella pratica dell'attività lavorativa e per sottolineare come nascano all'interno dei team di scrittura amicizie, amori, e pure litigi.

La documentazione è un'altra attività che impegna lo sceneggiatore, soprattutto se è un tipo scrupoloso, ed è necessaria *“per non scrivere cazzate”* (Marta): consiste in un'accumulazione di materiale di vario tipo che lo aiuti nella costruzione del racconto. Questo vale soprattutto in due casi: quando le storie sono ispirate alla realtà (come per le vite di personaggi realmente esistiti e le saghe storiche) e quando sono coinvolti professionisti che devono risolvere dei “casi” (principalmente medici e forze dell'ordine). E avviene principalmente in tre modi: (1) parlando con i diretti interessati (poliziotti, preti, guardacoste, ecc. ma anche con i parenti delle vittime nel caso ad esempio delle storie di mafia o di crimini politici) e visitando i luoghi reali (per la concezione della serie *‘R.I.S. – Delitti imperfetti’*, 2005, ad esempio, gli sceneggiatori sono stati mandati in “sopralluogo” a Parma a conoscere quelli della Scientifica); (2) raccogliendo informazioni su internet, dai libri, nei film, ecc.; (3) chiedendo una consulenza *last minute* a persone di fiducia (Alessandra ad esempio “sfrutta” due suoi amici, un medico e un avvocato, tutte le volte in cui le vengono dei dubbi di carattere medico o giuridico). Ho più sopra sottolineato, in modo sibillino, che la documentazione è un'attività che contraddistingue gli sceneggiatori più meticolosi. Guido di seguito spiega il perché:

“normalmente la documentazione è ZERO! Non mi risulta che gli sceneggiatori la facciano, perché, uno, non hanno il tempo e, due, non gli danno i soldi. Della serie: guardati due film invece che andare a Palermo a parlare con quelli [...], io sono uno che per la mia estrazione giornalistica tende a documentarsi il più possibile rispetto ai tempi, secondo me la documentazione è fondamentale [...]. Poi certo se ti danno da fare una cosa su un cacciatore di farfalle, qualcosa sulle farfalle lo devi pur leggere, ma basta poco perché in realtà in un film le scene tecniche, diciamo così, sono pochissime, quando tu sai il nome di tre farfalle sei apposto! In realtà poi sei tu hai letto dei libri sulla farfallologia e sui cacciatori di farfalle questo ti aiuta ad inventare una storia plausibile, bella, indipendentemente da quello che tecnicamente ci metti dentro” (Guido).

Nonostante si tratti di un'attività considerata, quasi unanimemente, appassionante e utile, essa si caratterizza come un'incombenza di contorno: in parte perché per scrivere una storia per la televisione (soprattutto se ambientata nella quotidianità) le informazioni necessarie sono poche (*“basta poco”*) e in parte perché il sistema produttivo è teso al risparmio in termini di tempo e denaro e quindi non sembra mettere lo sceneggiatore (a meno che non sia di suo un tipo puntiglioso) nella condizione di svolgere al meglio questa attività preparatoria.

Se le riunioni di sceneggiatura ricordano un po' le ore di supplenza a scuola, di tutt'altra natura sono invece le riunioni in cui gli sceneggiatori si trovano a confrontarsi con i loro “datori di lavoro” (una specie di “ricevimento genitori”, per restare sulla metafora scolastica), vissute come un *“incubo”* (Giulia), *“perché*

entri che sei sereno e in pace col mondo ed esci che stai incazzato per 'na settimana perché è proprio un dialogo tra sordi e dici che sono venuto a fare? A perdere tempo!' (Lorenzo). Come indicato infatti dallo scadenziario più sopra riportato ci sono dei momenti pre-stabiliti in cui lo sceneggiatore (o il *team*) deve rendere conto del lavoro svolto; a questi si aggiungono incontri fissati in corsa, durante lo svolgimento di un progetto, a seconda delle specifiche esigenze emerse. I contenuti di queste riunioni saranno discussi in seguito; qui mi interessa concentrarmi su chi siano i datori di lavori e sulla natura di tali rapporti.

La rete è indiscutibilmente il “capo supremo” di ogni sceneggiatore: nonostante di fatto egli sia messo sotto contratto dalla casa di produzione, essendo il network il committente del prodotto, nel doppio ruolo di investitore e distributore, saranno gli uomini e le donne che rivestono gli incarichi più alti nelle strutture interne alle reti ad esprimere il loro *placet* rispetto a tutte le decisioni produttive (dalla scelta degli sceneggiatori all'approvazione dei dialoghi). In tal senso il *broadcaster* si costituisce come un'istituzione di potere [Blair e Rainnie, 2000: 192] strutturata, come abbiamo visto nel secondo capitolo, in modo gerarchico: i principali referenti per lo sceneggiatore sono il produttore esecutivo e il capo area (a R.T.I.) o il capo struttura (in Rai). Tutte le altre figure coinvolte a vario titolo nella fase di scrittura (dagli editor interni al capo della fiction) entrano a contatto solo occasionalmente con lo sceneggiatore e la loro opinione (nel caso ad esempio del direttore di rete o del capo della struttura fiction) saranno riferite dai produttori (o *producer*, come amano definirsi).

La casa di produzione può essere invece considerata il *trait d'union*, in termini legali e simbolici, tra lo sceneggiatore e la rete: da una parte, ha sotto contratto gli artisti, dall'altra, dipende dalla rete per il finanziamento del prodotto. Questo crea delle situazioni, che avremo modo di approfondire nel corso di questo lavoro, in cui il produttore si trova letteralmente tra due fuochi, spesso con uno sbilanciamento verso la parte da cui provengono i soldi piuttosto che verso quella a cui li deve. Questo discorso è da considerarsi in termini generali ed introduttivi: gli equilibri infatti cambiano a seconda del produttore in questione, del tipo di prodotto che si deve confezionare, del prestigio degli sceneggiatori ingaggiati, delle persone della rete coinvolte nel progetto, e così via. Non si dimentichi però che, come è emerso anche dalle rilevazioni O.F.I. discusse nella sezione precedente, il legame tra sceneggiatori e produttori è di vitale importanza nei percorsi di carriera dei primi.

Gli spostamenti di carriera possono avvenire all'interno di una stessa organizzazione ma soprattutto tra un'organizzazione e l'altra [Jones, 1996]: se infatti ci sono sceneggiatori che crescono all'interno di una casa di produzione, scalandone le posizioni successive e aumentando il proprio prestigio, con la sicurezza di un lavoro “semi-stabile”, i movimenti da “libero professionista”, cioè da una casa di produzione ad un'altra, sono ancora la norma della professione. Pur mantenendo rapporti preferenziali con alcune case di produzione – sicché non solo il produttore avrà i suoi sceneggiatori di riferimento (o di fiducia) ma anche questi ultimi, quando c'è da presentare un'idea o cercare lavoro, si rivolgeranno prima di tutto ai produttori noti – lo sceneggiatore è per sua natura un battitore libero, un *freelance*. Per questo, necessità primaria del mestiere è «riconoscere» (i nomi che contano, le case di produzione a cui rivolgersi, i capi struttura e le loro abitudini produttive, i meccanismi del sistema, ecc.) e «farsi riconoscere»

[Sorignet, 2006: 19], cioè fare in modo che il proprio nome circoli e sia conosciuto in giro, dal momento che sono soprattutto gli *insider* a dare opportunità lavorative ai nuovi entranti, quelli reputati talentuosi, motivati, capaci. In altri termini, lo sceneggiatore necessita per lavorare di un pubblico che non è immediatamente quello di massa, fruitore della sua “opera” quando questa va in onda, ma di un pubblico più ristretto, composto, oltre che dai colleghi sceneggiatori, da coloro che controllano il processo di produzione e che hanno maggior potere decisionale [Cantor e Cantor, 1986]. Il discorso è complesso ed ha a che vedere con alcune questioni, sul principio di autorialità e i meccanismi creativi, che mi propongo di affrontare nell’ultimo capitolo. Per completare questa esplorazione preliminare al campo direi che manca invece una riflessione sull’auto-percezione dell’artista.

3.2. L’artista allo specchio. Di intellettuali, artigiani e passacarte

Una volta definito, seppur in un modo che resta ambiguo, chi sia da considerarsi sceneggiatore televisivo e quali siano i contorni pratico-organizzativi di questo mestiere, questo quadro generale necessita di essere completato dalla voce stessa degli occupanti il campo, quando di sé raccontano quello che sentono di essere, in potenza e in atto. Quando cioè emerge dalle interviste svolte il modo in cui si percepiscono, la collocazione simbolica che attribuiscono a se stessi, non solo all’interno del microcosmo cui sentono di appartenere (quello della comunità di chi scrive storie, del mondo dello spettacolo, dell’industria televisiva) ma all’interno della società in generale; quando in definitiva esplicitano la propria “missione” e gli ostacoli che incontrano alla sua realizzazione. Per questo, prima di analizzare i percorsi professionali, fatti di ruoli, gerarchie, ascese e cadute, ritengo opportuno precisare in che termini lo sceneggiatore si auto-definisca, performando, attraverso diverse forme identitarie¹⁶³, i caratteri tipici del suo mondo professionale.

L’auto-definizione di sé è duplice: da un lato, in un’accezione positiva, lo sceneggiatore si colloca nella sfera d’azione degli intellettuali e degli artisti, e si affianca al regista in quanto coautore (compartecipe) di un’opera [Heinich, 1984], ovvero come “*l’ultimo terminale della storia*” (Mirko); dall’altro, con sfumature opposte, e via via più negative, è uno “*scribacchino*” (Giulia), un “*operaio*”¹⁶⁴

¹⁶³ «Sono dei modi socialmente legittimi e fortemente diversificati di denominare se stessi e di denominare gli altri nel campo professionale» [Dubar, 1998: 75].

¹⁶⁴ È l’appellativo con cui si definiscono gli sceneggiatori di soap-opera, non a caso gli unici ad aver scioperato in Italia tra gli sceneggiatori di fiction: nel 2002 gli sceneggiatori di tutte le soap allora in produzione aderirono alla protesta dei lavoratori in difesa dell’articolo 18 («Per solidarietà, pur non svolgendo un lavoro dipendente»); nel 2000 gli sceneggiatori della soap ‘*Vivere*’ incrociarono le braccia per sette giorni («è l’unico modo rimasto per rivendicare la nostra esistenza professionale, considerata l’invisibilità nella quale di fatto sono relegati gli sceneggiatori della fiction televisiva»); e nel 2007 tutti i reparti di ‘*Vivere*’ scioperarono in segno di protesta per la chiusura della soap. Cfr. http://archiviostorico.corriere.it/2002/aprile/13/Gli_sceneggiatori_delle_soap_opera_co_0_0204134391.shtml; http://archiviostorico.corriere.it/2000/gennaio/21/Gli_autori_Vivere_sciopero_giorni_co_0_000121849.shtml. Si badi bene che il termine soap-operai viene genericamente utilizzato per indicare tutti coloro che lavorano in questa industria del racconto popolare per immagini, inclusi gli attori (una delle attrici di ‘*Un posto al sole*’, Paola

(Mario), un “dattilografo”¹⁶⁵ (Matteo), un “passacarte” (Alberto), fino ad una figura fantasma (“la sceneggiatura chi l’ha scritta? Nessuno! S’è scritta da sola!” afferma Valerio), o in modo più neutro un “artigiano” (Andrea).

Iniziamo da quest’ultima accezione che in parte chiarisce i motivi del discrimine tra le due posizioni estreme, quella di intellettuale-artista e quella di operaio:

“Per fare cose commerciali preferisco fare televisione, cioè il cinema secondo me è una forma d’arte, per fare una forma d’arte devi essere anche un po’ artista... io non so se sono artista, io so di essere un ottimo artigiano, di questo ne sono consapevole!” (Andrea).

Questo estratto rilancia su un aspetto cruciale (e ricorrente): la televisione non è il cinema, ma soprattutto la televisione non è una forma d’arte, e per questo “è quanto di più lontano dal lavoro autoriale ci possa essere” (Mario). L’equazione *autoriale* uguale *artistico e creativo*, e quindi diverso dal lavoro dello sceneggiatore televisivo mi pare particolarmente significativa. Non mi interessa tanto stabilire se la televisione sia o non sia una forma d’arte (per chi la fa), ma sottolineare che chi definisce se stesso in relazione al solo mezzo televisivo tende a svuotare il suo ruolo di una valenza autoriale e artistica forte, restituendo una visione del mestiere che si avvicina più ad un’attività di esecuzione (come fare un vaso di terracotta) che di creazione originale e segno distintivo del sé artistico, secondo quella che è piuttosto «l’ideologia romantica del creatore increato» [Sapiro, 2007b: 17-18].

Dallo sceneggiatore “artigiano” allo sceneggiatore “passacarte” il passo a questo punto è breve: alla scarsa creatività attribuita al mestiere, si aggiungono una serie di mediazioni continue, frustrazioni mai dome, senso di inferiorità (rispetto ai colleghi d’oltreoceano e alla figura del regista) e di “obbedienza” coatta (alle richieste della rete), che fanno dell’artigiano un esecutore disilluso, impotente e “fordista”. Di questa condizione lo sceneggiatore incolpa prima il sistema, e poi se stesso in quanto connivente. Consideriamo al riguardo la riflessione che segue:

“da noi ‘I soprano’ [serie USA, 1999] non usciranno mai, da una parte perché c’è una committenza ottusa ma anche perché noi non siamo capaci... noi siamo una categoria completamente anestetizzata: io nove volte su dieci quando

Rinaldi, ha pubblicato anche un libro dal titolo *Memorie di una soap operaia*, Roma, Novecento, 2002).

¹⁶⁵ Il termine fu usato da Piero Bodrato, sceneggiatore di serie come ‘*Elisa di Rivombrosa*’ (2003) e ‘*Quo vadis, baby?*’ (2008) per definire provocatoriamente il «ruolo dello sceneggiatore all’interno del sistema di produzione della fiction televisiva», ma soprattutto per sollevare la questione “urgente” del “nuovo” autore televisivo. In particolare, invitava i colleghi a «non abbandonare la questione dell’autore. Non permettiamo che questo termine diventi sinonimo di battaglie di retroguardia o peggio sia considerato il velo che nasconde le vergogne di posizioni di potere acquisite. Rinunciare a questo tema significa indebolirci e umiliarci, anche se è assolutamente necessario dare a questa parola un contenuto nuovo, che risponda (e definisca) il nuovo statuto dello sceneggiatore» (queste esternazioni erano contenute in una lettera aperta del 20/10/05 indirizzata ai soci S.A.C.T. e pubblicata sul vecchio sito dell’associazione, non più *on line*). È importante notare come i termini “operaio” e “dattilografo”, svincolati dal loro contesto originale, siano entrati nel vocabolario di auto-definizione degli sceneggiatori intervistati.

leggo le sceneggiature delle serie ci leggo solo luoghi comuni, leggo la riproduzione di qualcosa che è entrato nella mentalità creativa! [...] Non è che siamo dei vulcani di idee e dall'altra parte abbiamo un muro di gomma, no! Siamo completamente complici di quel muro di gomma!" (Sergio).

Diversamente da chi denuncia la mera condizione esecutiva dello sceneggiatore televisivo additando il mal funzionamento del sistema (seriale italiano) ma ponendosi al di fuori di esso, quindi di fatto sottintendendo che se gli/le fosse concessa maggiore libertà creativa il suo lavoro autoriale ne gioverebbe, Sergio in questo passaggio inserisce la sua figura nel sistema stesso del quale si considera "*complice*": riconosce infatti che lui e i suoi colleghi non sarebbero capaci di scrivere serie come *I Soprano* (serie americana su un clan mafioso), perché hanno finito per adattarsi (si sono "*anestetizzati*") a un certo stile produttivo che ha routinizzato la pratica stessa di scrittura, ridotta ad una "*riproduzione*" di "*luoghi comuni*" narrativi (la serialità nel senso deteriore del termine).

L'altro lato della medaglia è costituito dalla percezione di sé come artista. È chi non considera tanto il medium attraverso cui il proprio lavoro viene diffuso ma guarda al "contenuto" in astratto del lavoro stesso, ovvero considera lo sceneggiatore come un "*produttore di immagini e messaggi*" (Lucia), che con più probabilità inserirà la professione nel novero di quelle artistiche: indipendentemente dal tipo di prodotto che firma (commerciale o di nicchia, seriale o autoconclusivo, per il cinema, per la televisione o per il teatro), lo sceneggiatore si considera in questo caso *autore* e attribuisce a sé un ruolo eminentemente intellettuale, una "*funzione sociale reale*" di "*grande responsabilità verso il pubblico*" (Giovanni). In questi termini lo sceneggiatore è quasi un mezzo, come «l'anziano profeta [...] che] ricrea il mondo attraverso le parole» [Ben-Shir, 2008: 32]; si veda quanto afferma Simone al riguardo:

"la missione, il compito, il ruolo, il tipo di lavoro che lo sceneggiatore svolge è intellettuale, perché è un lavoro di interpretazione, in tutti i sensi: qualunque lavoro tu stia facendo tu stai interpretando qualcosa, stai gettando una luce di senso, ti stai assumendo la responsabilità di un punto di vista che deve essere un punto di vista narrativamente sostenibile e potenzialmente condivisibile da una larga parte dei tuoi contemporanei. L'esercizio dell'interpretazione e dell'invenzione narrativa, e quindi della creazione, ti colloca in un luogo eminentemente intellettuale, che sta a metà tra la ricerca e la creatività..." (Simone).

Mi sembra evidente che questa posizione non solo è completamente ribaltata rispetto alle precedenti ma colloca lo sceneggiatore in un'arena più ampia, che non è più quella del suo spazio lavorativo ma della società civile, di quel pubblico verso il quale ha una "*responsabilità*" duplice: la responsabilità di portare in scena una storia narrativamente credibile (e questo ha a che vedere con l'abilità insita nel mestiere stesso di saper strutturare un racconto per immagini) e la responsabilità di farsi portatore di un punto di vista (sociale, politico, morale) condivisibile (e comprensibile) dagli spettatori (e questo si lega al ruolo "*eminente intellettuale*" della professione).

La centralità che in questa prospettiva assumono creatività e ricerca, evocate dallo stesso Simone, introduce un altro elemento dell'auto-rappresentazione dell'*autore*: il fatto che nessuna forma di sceneggiatura (nemmeno la 250esima puntata di una soap) possa fare a meno della creatività – perché *“tu non vendi al pubblico la stessa cosa, non puoi farlo e sta fuori dallo statuto ontologico del nostro mestiere”* (Enrico) – sottende una tendenza naturale al rinnovamento, ovvero alla ricerca continua di linguaggi, registri narrativi, intuizioni nuove [Gilmore, 1993]. Che è esattamente l'opposto di quella “serialità anestetizzata” descritta più sopra: in quel caso l'accento era posto sulla committenza e sul sistema (quali indicatori di una paralisi creativa incorporata dallo sceneggiatore), qui è il patto col pubblico (e quindi di nuovo il senso di responsabilità) l'elemento che spinge lo sceneggiatore a muoversi in direzione creativa. Estremizzando: da un lato, la serialità del racconto sembra farsi serialità del lavoro, in una riproduzione di formule sicure e collaudate; dall'altro, il gioco seriale con lo spettatore (che conosce le “regole” del racconto e si fa complice del narratore) viene riletto nei termini di una sfida creativa continua (Angelo, ad esempio, citando Simenon e osservando che in ogni suo libro *“c'era davvero una scintilla”* afferma perentorio *“muovendosi dentro certe regole, cazzo, voglio che dentro ogni soggetto che scrivo ci sia qualcosa che mi piace, di personale, qualcosa che un po' il pubblico lo spiazzi, che non sappia già tutto!”*). Prendiamo l'affermazione che segue, in cui Lucia chiarisce questa *vis* innovativa propria a suo dire di ogni autore televisivo:

“è difficilissimo che un autore non combatta per un linguaggio nuovo [...] sono continuamente dei vulcani in ebollizione gli autori... quindi certamente gli autori cercano di spingere verso una cosa nuova. Diverso è l'autore che accetta di fare una cosa vecchia per fame, ma quello è un altro discorso voglio dire, perché siccome non c'è ricambio, non c'è scelta, è facile che poi uno dica di sentirsi autore ma magari fa delle cose in cui non crede, accetta contratti che non gli piacciono e via dicendo” (Lucia).

Da questo estratto emerge un ulteriore aspetto quindi, che in qualche modo avvicina le due posizioni finora apparse agli antipodi: l'intervistata allude ad una doppia dimensione connaturata al mestiere dello sceneggiatore di professione, che è un *“vulcano in ebollizione”* proteso al nuovo e al tempo stesso un mestierante che *“per fame”* scrive *“cose in cui non crede”*. Questa duplice essenza lavorativa induce a pensare che anche chi si sente a tutti gli effetti un *autore* operi un distinguo tra due modalità lavorative, grazie al quale preserva il suo sé-autoriale e insieme giustifica il suo sé-commerciale di artista immerso nel mercato dei beni di consumo di massa. Coesistono così il lavoro “di vocazione”, caratterizzato dalla «disposizione a svolgere un'attività produttiva per ragioni non economiche» [Freidson, 1986: 441]¹⁶⁶ – ad esempio per sperimentare, per *“scrivere storie che m'appartengono”* (Pietro), per esprimere il proprio punto di vista, ma anche per lavorare insieme ad un amico, e perfino per intrattenere –, e il lavoro per necessità

¹⁶⁶ L'autore riprende la distinzione operata da Hannah Arendt (in *The human condition*, Garden City (NY), Doubleday Anchor Press, 1958) tra “opera”, come «attività creativa specificamente umana» e “lavoro”, come «attività volta esclusivamente alla soddisfazione di un bisogno materiale di sussistenza» [Freidson, 1986: 441].

– “lo faccio perché ho un mutuo da pagare” (Filippo) – perché dal momento che nella vita si è “imparato a fare questo” (Marta), questo si fa per vivere.

C’è un’ultima dimensione che vorrei sottolineare e che completa questo “auto-ritratto” dello sceneggiatore televisivo: nonostante a detta degli intervistati si tratti di una «sorta di circuito dove tutti si conoscono, se non di vista, di nome» [Gadotti, 2003: 140] e nonostante sia riscontrabile un’effettiva condivisione di pratiche relazionali ed elementi culturali [Dubar, 1998], il senso di appartenenza ad una comunità intesa come “corpo” professionale è un elemento che sembra rimanere sullo sfondo nella definizione del sé-sceneggiatore. In modo simile ad altre arti dello spettacolo [Prandstraller, 1977; Sorignet, 2006] infatti, «l’utopia della comunità artistica [...] è messa alla prova dall’individualismo» [Menger cit. in Sorignet, 2006: 35]¹⁶⁷ che è tipico dell’artista (“c’è una vanità dello sceneggiatore, c’ha anche lui un ego artistico da scaricare” ammette Tommaso). Questo aspetto, che sarà approfondito nell’ultima sezione del paragrafo cinque a proposito degli orizzonti aspirazionali letti in chiave collettiva, emerge anche nei casi in cui è più forte l’impulso associativo, quel desiderio cioè di costituire una formazione professionale compatta che divenga decisiva e determinante proprio in virtù dell’unione e della condivisione di istanze comuni.

Concludendo, l’alternarsi delle auto-rappresentazioni artistiche in cui, da un lato, il sentimento autoriale è vissuto come una missione e, dall’altro, la pratica quotidiana, a tratti meccanica, del lavoro diventa fonte di frustrazione e di ansia, è il segnale di un’ambivalenza propria della professione, anche nei termini dell’auto-percezione e dell’auto-definizione. Quel che sembra quasi unanimemente indiscutibile presso gli intervistati è invece la condizione di *privilegiati* che sentono di ricoprire: innanzitutto perché l’atto dello scrivere è, come si è già visto, il bello (irrinunciabile) del mestiere. E in quest’ottica di “fortuna” rielaborano anche il carattere squisitamente collaborativo della professione, che si discosta dall’immagine «individuale, solitaria, incantata» [Sapiro, 2007b] dello scrittore, e che permea di sé ogni aspetto del mestiere di chi scrive fiction televisiva. Carriera compresa.

3.3. L’orientamento al campo

Nel considerare i percorsi compiuti da chi occupa un campo professionale bisogna partire dall’inizio. E viene subito da chiedersi: dall’inizio di cosa? O meglio, su che base definiamo l’inizio di una carriera? Avendo ripetutamente demistificato la figura del genio che scrive appassionanti sceneggiature nella sua cameretta tra i *peluches* e le costruzioni lego, verrebbe da rispondere che l’inizio è il primo lavoro (pagato) come sceneggiatore televisivo. Ma assumere questo punto di vista significherebbe perdere una delle caratteristiche pregnanti della professione stessa, ovvero, come vedremo, la fluidità dello sceneggiatore tra i vari campi della produzione culturale. Questo significa che il concetto stesso di “inizio” richiede cautela, dal momento che la domanda, espressa volutamente in

¹⁶⁷ Cfr. P. M. Menger, *La profession de comédien*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, Département des études et de la prospective, 1997.

modo vago in sede d'intervista, su cui poggiano il presente e il prossimo paragrafo, ovvero “*mi racconti come hai cominciato?*”, ha generato un’immersione nel passato che parte dall’infanzia.

Per questo, alla luce dei dati raccolti, ho concepito gli inizi della professione come una sorta di partenza in tre tempi: (1) l’*orientamento* alla professione e ai suoi mondi, in cui l’artista non si trova nel campo ma in modo più o meno cosciente ed esplicito vi si sta avvicinando; questa prima fase sarà in particolare considerata sulla base di due aspetti, il background (e i motivi della scelta) e la formazione, sia essa scolastica e/o non istituzionale; (2) l’*ingresso* propriamente detto, che segna l’inizio della socializzazione vera e propria all’industria audiovisiva e che avviene a sua volta in due passaggi (in genere successivi): l’ingresso nel “super-campo” della “società dello spettacolo” (prima) e in quello della fiction televisiva (poi); (3) il passaggio al *professionismo* attraverso alcune “svolte” significative indicate dagli intervistati come il segnale che quello dello sceneggiatore era diventato, a tutti gli effetti, il loro lavoro. Il punto uno è trattato di seguito in questo paragrafo, mentre i punti due e tre saranno oggetto del paragrafo quattro.

Ad ogni modo, sospeso tra racconto mitico e allineamento di casualità, l’ingresso al campo e i primissimi passi mossi al suo interno costituiscono, che si stia parlando di un passato remoto o molto prossimo, il momento più piacevole su cui soffermarsi – “*Vedi?! Mi sto dilungando troppo!*” mi dice Angelo dopo una ventina di minuti passati a parlare degli *inizi* lavorativi – narrativamente carico di avventura, di ingenuità, di precarietà, di sogni.

3.3.1. Tra vocazione e casualità: “*Quasi quasi mi sa che mi piace scrivere*”

La ri-costruzione identitaria dello sceneggiatore, come quella di molte altre professioni artistiche, inizia dall’infanzia, non tanto in quanto «luogo privilegiato del genio» [Barthes, 1957: 153] o meccanismo discorsivo per «l’individuazione (differenza dagli altri)» [Tota, 1999: 72], bensì come momento a cui viene fatta risalire, ex-post [Arthur, Inkson e Pringle, 1999]¹⁶⁸, l’origine del proprio “talento”, di una predisposizione naturale che viene dall’interno. Pur non dipingendosi come degli *enfant prodige*, gli sceneggiatori sottolineano infatti come “*fin da bambini*” scrivessero “*dei bei temi*” (Filippo), portati ad esempio dall’insegnante – “*ho sempre scritto bene: i miei temi dalle elementari andavano in giro per la scuola*” ricorda Patrizia –; si divertissero a inventare “*raccontini*” (Elena); e fossero in generale bravi a scuola, soprattutto nelle materie letterario-umanistiche (e viceversa lacunosi in quelle scientifiche). Un aspetto che rimanda ad esempio alle biografie raccolte da Simpson [1981: 53] tra gli artisti di Soho, i quali si dicevano capaci, alla scuola elementare, di «copiare qualunque cosa»: in quel caso il sociologo osservava nei suoi intervistati una consapevolezza infantile della propria diversità, che si risolveva in espressioni del tipo «*I always felt I was an artist*». Molti dei nostri intervistati invece oltre a dirsi “*sempre appassionati di*

¹⁶⁸ Come sottolinea infatti anche Norman [1988: 153] «noi siamo consapevoli solo degli stati finali (di un processo), non di come ci si arriva. Ne consegue che le spiegazioni che noi diamo del nostro comportamento sono sempre sospette, perché equivalgono a storie costruite a posteriori».

scrittura”, aggiungono spesso il corollario “*come tutti*”: il ridimensionamento della portata del talento individuale è probabilmente legato all’attività stessa di cui ci si dice capaci. Come osserva Tota [1999: 74], dire “io da piccolo disegnavo” o “io da piccolo scrivevo”, è quasi tautologico: quale bambino non ha mai disegnato o scritto? L’atto della scrittura diventa un elemento rilevante solo in quanto oggi l’intervistato ne ha fatto la sua professione: a molti piace scrivere e avranno scritto dei bei temi quando andavano a scuola, ma in questo caso l’allusione ad un “dono letterario” emerso precocemente [Pasquier, 1995] «diviene fondamentale per la costruzione discorsiva di un’immagine di infanzia adeguata, cioè in grado di preludere alle tappe successive della biografia» [Tota, 1999: 74]. Lo sceneggiatore si serve in qualche modo dell’argomento vocazionale (pur non usando mai esplicitamente il termine “vocazione” o suoi affini) nel momento in cui tenta di armonizzare la propria storia professionale e di offrire un’identità di sé coerente calata in un percorso compatto, senza presentarlo mai nei termini di una indiscussa inclinazione innata¹⁶⁹.

Dalla capacità creativa di mettere in fila le parole, si passa infatti alla descrizione di un percorso, adolescenziale e semi-adulto, dominato dal caso, che diventa la seconda chiave di lettura, più pregnante perché la si ritrova spesso anche negli *step* successivi del percorso artistico. Consideriamo ad esempio i due stralci che seguono: nel primo Angelo, figlio di un giornalista e di una casalinga, colloca la sua passione per la scrittura in un orizzonte di impossibilità, in parte dato dall’alternarsi di amori culturali giovanili (prima la musica e poi la scrittura) e in parte dal fatto di essere cresciuto in provincia, dove il sogno di “vivere d’arte” è niente più che una prospettiva utopica; nel secondo invece Paolo, romano e figlio di un’attrice di teatro, evoca la visione di un film che scatenò in lui il desiderio inequivocabile, seppur ancora vago, di lavorare nel mondo del cinema (o meglio in quello che lui definisce come un “*circuito di gioia*”).

“Mi piaceva un sacco scrivere, ma come prima mi era piaciuto suonare e avevo messo su un gruppo così... e però appunto erano tutte cose che sembravano destinate proprio a soffocare, ma proprio per forza di cose, perché appunto... davvero non ti dà nessuna, come dire, sensazione che possa diventare vero [... perché] quando vivi in provincia ti fai l’idea molto precisa che diciamo la vita è una cosa e i sogni sono un’altra e quindi se devi scrivere un testo l’unica sua collocazione è quella del cassetto” (Angelo).

“C’era una volta un bambino che a 13 anni è andato al cinema a vedere un film che si chiamava ‘I predatori dell’arca perduta’ e ne è rimasto completamente folgorato... e ci è tornato a rivederlo per un sacco di giorni

¹⁶⁹ Gobo [1994: 168-170] incrociando i resoconti biografici di manager, pubblicitari, scienziati e artisti osserva come la vocazione giochi un ruolo diverso all’interno di ciascuna cultura occupazionale: se le prime due categorie sono arrivate alla professione «senza alcuna particolare inclinazione» pregressa, le ultime due (gli scienziati in misura minore) descrivono invece più frequentemente l’ingresso al campo come una “chiamata” esplicita. Il riferimento alla vocazione rivela anche alcuni aspetti stereotipici socialmente distribuiti: «nel senso comune – sostiene infatti il sociologo – è diffusa l’immagine di artisti e scienziati come intellettuali guidati dal puro desiderio di conoscenza e di espressione dello spirito. Manager e pubblicitari, invece, sarebbero dei tecnici, orientati magari al profitto dell’azienda e impegnati a persuadere al consumo di prodotti inutili».

[...]. E quella cosa mi ha dato un piacere fisico... non so dirti, ma era proprio l'idea che si potesse fare qualcosa di così bello... e io ho detto 'voglio fare questo!' e non sapevo neanche di cosa stavo parlando ovviamente... ma volevo far parte di quel circuito di gioia, volevo dare gioia come io la stavo ricevendo, [...] avevo deciso e non mi sono mai più spostato da là" (Paolo).

Consideriamo per un momento questa seconda affermazione e il ruolo del caso come motore di «episodi proposti come momento di svolta, di rivelazione, di illuminazione della propria "chiamata"» [Mattino, 1994: 38]. Esso può assumere due risvolti: quello di una piccola "epifania del quotidiano", cioè di situazioni ordinarie che si manifestano per lo più una sola volta e in genere durante l'adolescenza¹⁷⁰ e quello della casualità vissuta, ad un'età più matura, come l'essere al posto giusto nel momento giusto. Gli episodi del primo tipo sono raccontati come autentiche folgorazioni che "*accendono delle luci e sono luci che non c'è niente da fare, [...] ti si aprono varchi di anima e di testa*" (Lucia): è la lettura di un libro e molto più spesso la visione di un film l'evento scatenante. Il ruolo del caso quando non si è più bambini assume invece il valore di un accidente, nella duplice forma del "passavo di lì per caso" e del "fare di necessità virtù". L'esempio classico di fato accidentale è dato da chi legge il volantino che pubblicizza un corso di sceneggiatura camminando per strada o sul giornale e decide così di iscriversi: un atteggiamento comune in coloro che «hanno mosso i primi passi verso il mestiere [...] con un'idea molto approssimativa di quel che li attendeva» [Sassoon, 1994: 79]. Diversamente, gli accidenti del secondo tipo (il "fare di necessità virtù") si presentano in situazioni di emergenza in concomitanza con le quali l'intervistato/a, ancora incerto sul proprio futuro lavorativo, scopre il piacere della scrittura. È il caso di Simone che racconta di essersi trovato per la prima volta a scrivere (un testo a scopo di fruizione) per un'esigenza fortuita creatasi all'interno della compagnia teatrale di cui faceva parte (si noti anche in questo racconto il "*come tanti*") da ragazzo:

"i miei primi sogni di adolescente erano rivolti alla messa in scena, alla performance, a qualcosa che tu concepisci perché venga agito e diventi show, quindi ho iniziato a fare teatro, come tanti da ragazzino, nella compagnia del liceo... io ero troppo acerbo intellettualmente ed emotivamente per pensare qual era il ruolo, pensavo di voler fare l'attore e quindi facevo l'attore materialmente, però durante quest'esperienza mi è capitato, avevo 17-18 anni, di cominciare a scrivere per il teatro e mi è capitato come risposta a delle necessità concrete, piccole, come spesso accade per questo genere di spettacoli. [...] Ci fu una volta che c'era bisogno di un ruolo in più di una commedia di Goldoni e io lo scrissi... cinque scene, una sciocchezza intendiamoci! Però è stata un'illuminazione, un po' non c'era nessuno che lo voleva fare un po', l'ho capito dopo, non c'era nessuno che lo sapeva fare... la cosa sorprendente è stato che funzionava!" (Simone).

¹⁷⁰ Il concetto di "epifania" è quindi in questo caso da intendersi come un momento problematico o una crisi distruttiva [Denzin, 1989], che può essere improvviso, unico o cumulativo e non indispensabilmente collegato ad un passaggio preciso del ciclo di vita [Hackstaff, 2009].

Il teatro per Simone, e prima la musica per Angelo e il cinema per Paolo, sono i segnali di un “amore” ad ampio raggio per il prodotto culturale, vissuto sia da consumatori accaniti che da praticanti amatoriali¹⁷¹. È interessante tra l’altro notare come dai racconti di questa fase di scoperta (dei propri talenti, del mestiere, ecc.) non emerga la tematizzazione di un background familiare e amicale che possa aver agito da spinta o viceversa da ostacolo alla realizzazione del proprio percorso di vita. Nessuno tra gli intervistati fa riferimento ad un’adolescenza travagliata, a un periodo di ribellione dovuto alla non accettazione delle proprie velleità artistiche da parte dei genitori [Griff, 1968: 149-152], o di isolamento per il disinteresse manifestato dai compagni [Simpson, 1981: 53-54]. Manca cioè la cosiddetta “opposizione del contesto” [Mattino, 1994: 40] che interferisce con la “chiamata” interna e prova a ridimensionandola [Ben-Shir, 2008: 26], diventando una delle prove da affrontare nella propria vita d’artista, come se si trattasse di un percorso iniziatico. Gli sceneggiatori invece raccontano per lo più di adolescenze ordinarie in cui l’hobby per il cinema, la passione per la scrittura, il teatro o il giornalino della scuola, sono piuttosto momenti condivisi con gli amici e mai ostacolati dai genitori; del resto, a fronte di un sentimento vocazionale debolmente espresso, viene meno la tematizzazione di un destino inseguito ad ogni costo e contro il volere familiare. Si veda l’esempio seguente di “normalità”:

“io ho iniziato a interessarmi a questo mestiere a 14 anni, provengo da una famiglia che non c’entra nulla con il cinema, mio padre era un chimico nucleare, mia mamma una casalinga, non ho parenti nel cinema né nella televisione e io a 14 anni con un super otto, io e un mio amico, abbiamo cominciato a fare i primi filmi a scuola” (Riccardo).

La precisazione di Riccardo sulle sue origini familiari (non cinematografiche) fa esplicito richiamo ad un luogo comune piuttosto radicato: che il mondo dello spettacolo si auto-rigeneri con l’immissione tra le sue fila dei cosiddetti “figli d’arte” o di persone con rapporti di parentela, più o meno stretti, con altre che a vario titolo operano nel settore. Il fatto che di veri e propri figli d’arte tra gli intervistati ne figurino soltanto tre (rispettivamente figli di un produttore, di un regista, di un’attrice), non ci dice molto. Perché è innegabile il fatto che gli intervistati provengano in larga maggioranza dalle classi medio-alte e che a dispetto di quanto raccontano (o meglio non dicono) hanno tratto dal privilegio d’origine un preciso vantaggio per la loro carriera, quello di essere nelle condizioni (economiche e culturali) di potersi permettere di inseguire il loro sogno e di affrontare i primi insidiosi periodi di precariato e insicurezze¹⁷².

¹⁷¹ È infatti nella veste di (aspiranti) registi e attori che molti degli intervistati hanno iniziato a muovere i primi passi in quello spazio ai margini del mondo dello spettacolo, che è il dilettantismo.

¹⁷² Il rapporto tra estrazione sociale ed esercizio della professione è stato ripetutamente indagato dalla sociologia delle professioni: studi sulla professione di medico [Hall, 1948], di avvocato [Smigel, 1964], ma anche di altre professioni artistiche, come il musicista [Nash, 1957] o il regista [Prandtraller, 1977], e intellettuali [Roe, 1952] hanno evidenziato che «le carriere professionali presuppongono un alto grado di sostegno da parte del *background* familiare e una serie di aiuti a lungo termine» [Prandtraller, 1980: 25]. Al riguardo si rimanda anche a: A. M. Carr-Saunders, “Metropolitan Condition and Traditional Professional Relationship”, in R. M. Fisher (a cura di), *The Metropolis in Modern Life*, Garden City (NY), Doubleday & Co., 1955.

Se dunque, come si è visto, la famiglia non sembra ostacolare né incentivare le scelte di vita dei figli in termini assertivi (cioè non c'è un padre che desidera per il figlio un futuro da sceneggiatore o una madre che si oppone a questo desiderio), tuttavia il ruolo del contesto all'interno del quale si viene socializzati alla vita adulta è cruciale in due sensi: da un lato, la posizione mediamente agiata dei genitori funziona da cuscinetto di sicurezza (economica) che agevola l'avventura artistica, consente il mantenimento durante la frequenza di "scuole d'arte" che impegnano tutta la giornata e può portare in alcuni casi il padre o la madre a scomodare qualche conoscenza "importante" per permettere al figlio/a di farsi un'esperienza (nel cinema, nell'editoria, nel giornalismo, ecc.)¹⁷³; dall'altro lato, gli amici giocano un ruolo significativo nell'incentivare gli sforzi creativi, «dando incoraggiamento, aiutando a fissare le giuste *routines*» [Hall, 1948: 328] e diventando complici di un sogno (con loro si sperimenta il sapore di fare le cose insieme, di produrre un artefatto culturale che, seppur piccolo e destinato ad un pubblico poco più che domestico, non è e non può essere un'opera individuale).

Prima di abbandonare i sogni infantili vorrei considerare un ultimo aspetto: il mestiere dello sceneggiatore, ancor più di sceneggiatore televisivo, resta pressoché sconosciuto, o quantomeno indefinito, fino quasi alla soglia del campo. Sia coloro che sostengono di aver desiderato fin da piccoli di far parte del "Circo Barnum" dell'intrattenimento sia quelli che candidamente ammettono che, temi a scuola a parte, non avevano idea di dove sarebbero andati a parare, scoprono piuttosto tardi (dopo aver desiderato di fare i registi, gli attori, gli scrittori, i giornalisti, ecc.) l'esistenza di quella struttura che sostiene e precede le immagini sullo schermo e che porta il nome di sceneggiatura e il mestiere che ci sta dietro. Andrea, ad esempio, ne prende consapevolezza solo mentre sta frequentando la scuola Holden, quando di fronte ad uno dei racconti assegnati come esercitazione,

“una delle insegnanti mi dice ‘ma lo sai che tu hai scritto come se fosse una sceneggiatura?!’ e io dissi ‘che cazzo è la sceneggiatura?’, cioè nel senso sapevo cosa fosse ma non avevo mai, ma veramente MAI, pensato che esistesse una forma di scrittura specifica per la sceneggiatura. Da quel momento in poi mi sono appassionato...” (Andrea).

Da questo passaggio emerge, oltre alla scoperta che i film si scrivono, la presenza di un'altra figura strategica, che si affianca a quella dei genitori e degli amici, in questa fase di orientamento al campo: si tratta del "maestro", la cui presenza introduce un secondo momento della biografia dello sceneggiatore relativo alla formazione e al *training* che precede l'ingresso al campo.

3.3.2. La formazione dello sceneggiatore

Diversamente da professioni come l'attore, il musicista o il ballerino, dove la formazione appare come il passaggio obbligato per l'accesso al mestiere e il luogo

¹⁷³ Questo aspetto risulta confermato anche da altri studi sulle professioni (si veda la nota precedente) presso le quali «le relazioni di cui può valersi il giovane professionista agiscono come un lasciapassare» [Prandstraller, 1980: 28].

di una dura selezione, per cui anche in questi casi «la sola frequentazione di una scuola non costituisce di per sé una garanzia di successo», ovvero di accesso [Katz, 2006: 49; Cfr. Federico, 1974; Peters, 1974], non esiste, almeno in Italia¹⁷⁴, un percorso scolastico definito e strutturato per svolgere il mestiere dello sceneggiatore. In altri termini, tutti, indipendentemente dal livello di istruzione posseduto e dalla natura degli studi seguiti, potrebbero diventarlo. Tuttavia, pur non mancando casi di scrittori con un'educazione medio-bassa, sullo stile di Sibilla Aleramo che aveva la licenza elementare o dell'ex cacciatore di foche Jack London,¹⁷⁵ esistono alcune ricorrenze formative che non vanno trascurate e che tengono conto di tre stili di formazione, per lo più combinati tra loro: una formazione scolastica; una di tipo informale e comunitario; ed una eminentemente solitaria che preferisco definire “auto-formazione” anziché autodidattismo¹⁷⁶.

Per quanto riguarda il percorso scolastico degli sceneggiatori intervistati 28 su 42 sono laureati, e di questi 11 hanno conseguito una laurea in lettere, mentre gli altri si distribuiscono tra scienze politiche, lingue, il Dams, storia (a loro si aggiungono un sociologo, un filosofo-teologo, tre giuristi): questo «capitale scolastico [... di tipo umanistico] ha evidentemente giovato nell'acquisizione delle regole di scrittura» [Pasquier, 1995: 77], nell'affinamento di una competenza sul testo (cinematografico, letterario, ecc.), e nella costruzione di un bagaglio culturale guidato da esigenze universitarie e non solo da una passione di tipo individuale. Parimenti poi, mi sembrano interessanti sia i percorsi accidentati (cambi di facoltà, riprese tardive, anni fuoricorso) sia il numero di abbandoni universitari (nove), dovuti al sopraggiungere di un'opportunità legata al mondo a cui gli intervistati aspiravano (il superamento della selezione per il Centro Sperimentale di Cinematografia o direttamente l'ingresso al campo)¹⁷⁷. Il periodo universitario coincide infatti per molti degli intervistati con l'inizio di un percorso parallelo in cui il sogno del bambino/a inizia a concretizzarsi: discuterò dei primi impieghi nella sezione che segue, mentre qui mi limito a riportare un'espressione, “*nel frattempo mi sono laureato*”, usata di frequente: il fatto che proprio durante gli anni dell'università si maturi seriamente l'idea di voler far parte del mondo in esame e insieme l'effettivo iniziare a gravitarci intorno, lascia in secondo piano il

¹⁷⁴ I percorsi formativi degli sceneggiatori a stelle e strisce, ad esempio, sono ormai da tempo formalizzati, anche se i canali di reclutamento restano per lo più informali: «da oltre un quarto di secolo esistono corsi universitari di scrittura creativa e drammaturgica di varia ampiezza e durata, con diversi gradi di specializzazione, in tutte le principali università americane» [Petrocchi, 2001: 175].

¹⁷⁵ L'esempio più eclatante di cui sono venuta a conoscenza è quello di un operaio Fiat (ora sceneggiatore in attività) che dopo essere andato a teatro ed esserne rimasto folgorato, si iscrive ad un corso serale per attori, si trasferisce a Roma per frequentare l'accademia di Gigi Proietti e contestualmente inizia a scrivere commedie.

¹⁷⁶ Credo sia periglioso stabilire chi debba essere considerato uno scrittore autodidatta. Nel caso della musica ad esempio, possiamo considerare autodidatta chi ha imparato a suonare uno strumento da sé, senza frequentare scuole o prendere lezioni private; nel caso della scrittura invece qualcuno ha per forza insegnato allo sceneggiatore a scrivere. Il che fa di qualunque scrittore un non-autodidatta. Allo stesso tempo dell'aggettivo abusano spesso i diretti interessati, anche quando dichiarano di aver frequentato brevi seminari di sceneggiatura.

¹⁷⁷ Sapiro [2007b: 30] sottolinea che spesso gli insuccessi scolastici vengono rielaborati dagli artisti (nel caso particolare, scrittori), secondo la logica vocazionale, come segni premonitori di elezione.

percorso universitario intrapreso, salvo forse per il lavoro finale di tesi, collegato ai propri interessi artistici¹⁷⁸.

Accanto a chi stava più o meno *“in parcheggio all’università”* (Federico), troviamo un secondo gruppo minoritario costituito da quelli che potremmo definire “sceneggiatori-ricercatori”, che hanno coltivato parallelamente alla pratica della sceneggiatura lo studio critico della stessa, a volte incerti su quale delle due strade percorrere o semplicemente convinti che l’una non escludesse (e spesso continui a non escludere) l’altra, come afferma questa sceneggiatrice:

“io sono amante dei pezzi di carta [ride], cioè nel senso che a me piace molto l’idea di approfondire, di non farlo semplicemente come fare, ma di cercare di capire le cose, per cui l’idea era di mantenere un legame con il mondo universitario ma facendo un lavoro di ricerca molto pratico. Io non me la sentirei di passare tutta la vita a fare il ricercatore universitario né mi sento di saper farlo, però credo che il mio lavoro di scrittura ne guadagni facendo, diciamo, anche un lavoro di analisi e nello stesso tempo il lavoro di analisi sia meno astratto perché comunque è bilanciato dall’esperienza concreta che hai nel fare tutti i giorni una cosa” (Marina).

Marina appartiene quindi a quel gruppetto di sceneggiatori che vanta un curriculum formativo più lungo e “specialistico” (fatto di *“pezzi di carta”* per intenderci) rispetto agli altri: la specializzazione consiste in master sulla produzione e il marketing (quattro), dottorati di ricerca (tre), o periodi di studio (mirato) all’estero (quattro). Nonostante non esistano un liceo ed un’università “della scrittura”, ovvero un iter scolastico istituzionalizzato, sono fioriti infatti nell’ultimo quindicennio un gran numero di corsi di scrittura creativa, sceneggiatura, tecniche dell’audiovisivo, sia interni al percorso universitario che esterni, promossi da organizzazioni culturali, circoli ricreativi, patrocinati dai comuni, sponsorizzati dai broadcaster, alcuni gratuiti, la maggior parte a pagamento¹⁷⁹. L’opera di catalogazione di questi corsi è risultata pressoché impossibile dal momento che si tratta di una tipologia varia di proposte, per tempi (dai seminari intensivi di pochi giorni ai corsi annuali con frequenza giornaliera o nel fine settimana) e offerta (corsi di scrittura creativa, di sceneggiatura in generale oppure specializzati sui corti, la scrittura televisiva o cinematografica,

¹⁷⁸ In molti infatti hanno fatto una tesi sul cinema (i film di Moretti, di Benvenuti e De Bernardi, il cinema francese, il neorealismo) o sulla serialità televisiva (sulla soap opera, sulle serie poliziesche, sull’adattamento di format stranieri, sulle miniserie storiche); più che altro si tratta di studi sul testo mediale, a testimonianza di un interesse mirato al prodotto e ai suoi linguaggi.

¹⁷⁹ L’inizio di questa ondata formativa è collocabile intorno alla fine degli anni Ottanta quando fanno “proseliti” i workshop organizzati dall’esperto americano McKee: Zagarrío [2006: 230], che individua in questo periodo quella che definisce la *morte* e la *rinascita* del mestiere dello sceneggiatore, afferma: «le tesi di McKee sono a mio avviso troppo rigide [... ma] rendono evidente il vuoto di teoria che esiste nel campo della sceneggiatura in Italia». L’autore ricorda tra le varie iniziative un workshop del 1988 di sceneggiatura televisiva e cinematografica tenuto da Carl Sautter, a cui parteciparono molti giovani cineasti. Si tratta comunque di iniziative formative estemporanee, localistiche e di corto respiro, mentre fino ad allora le uniche scuole di alta formazione per lo spettacolo erano: l’Accademia Nazionale Silvio D’Amico, il Centro Sperimentale di Cinematografia (poi diventato Scuola Nazionale di Cinema), che per anni non ha previsto tra i suoi insegnamenti la scrittura drammaturgica, e alcune accademie di teatro.

mirati ad approfondire un genere, come la sitcom o il poliziesco, ecc.); alcuni poi vengono attivati per un'unica stagione o le edizioni successive alla prima hanno una cadenza irregolare, altri hanno risonanza solo a livello locale e funzionano per lo più con il passaparola¹⁸⁰. Ciò che risulta interessante è che il proliferare di proposte para-scolastiche sembra averne in qualche modo vanificato l'efficacia; questi corsi finiscono per essere esperienze del tutto marginali nei percorsi di vita raccolti, liquidati con frasi del tipo: *"ah, ho dimenticato tutti i corsi di sceneggiatura che ho fatto, [...] da cui non è venuto fuori niente a livello professionale, assolutamente nulla"* (Franco). Se quindi quasi tutti gli intervistati hanno partecipato a lezioni di scrittura di qualche tipo, a conti fatti si riducono a quattro i corsi/scuole che oltre a fornire i "trucchi" del mestiere risultano effettivamente propedeutici alla professione, nel senso che offrono *chances* concrete di ingresso al campo ed un biglietto da visita scolasticamente valido. Si tratta della Scuola Nazionale di Cinema del Centro Sperimentale di Cinematografia di Roma¹⁸¹, della scuola Holden diretta da Alessandro Baricco¹⁸², del Corso Rai Script (e per gli anni in cui è stato attivo del corso Mediaset)¹⁸³, e più recentemente del Corso di Creazione e produzione Fiction¹⁸⁴: ciascuno dei corsi è aperto ad un numero limitato di allievi (di norma dodici; tranne la Scuola Holden, l'unica a pagamento, che ne ammette trenta l'anno), impone limiti variabili di età (al massimo fino a 35 anni), dura dai due ai tre anni, ha frequenza obbligatoria e prevede una selezione all'ingresso che avviene sulla base dell'invio di materiale scritto (in genere un'idea originale, di un film o di una serie, e

¹⁸⁰ Per un elenco dei più importanti corsi di scrittura (intesa in senso ampio) si vedano: <http://www.scritturacreativa.com/old/approfondimenti/scuole.htm>; <http://www.sceneggiatori.com/links/scuole.asp>.

¹⁸¹ La Scuola Nazionale di Cinema (che tutti conoscono come Centro Sperimentale di Cinematografia, di cui in realtà è solo un settore) è ufficialmente attiva dal 1935 ed è dedicata all'insegnamento delle professioni del cinema. L'ammissione è aperta a giovani diplomati nati tra il 1983 e il 1991. Ha un programma didattico strutturato per aree interdisciplinari e finalizzato alla specifica preparazione in: regia, sceneggiatura, recitazione, fotografia, montaggio, tecnica del suono, produzione, scenografia, arredamento e costume. La sede centrale è a Roma ma nelle altre sedi regionali, in Piemonte, Sicilia, e Lombardia, sono stati attivati altri corsi tra cui quello di Creazione e produzione fiction. Cfr. <http://www.snc.it/>.

¹⁸² La Scuola Holden ha sede a Torino: indicata da molti degli intervistati come la porta d'ingresso al campo per numerosi amici e colleghi, è stata frequentata da uno solo dei miei sceneggiatori. È l'unica delle scuole citate a non richiedere diplomi, lauree o master per parteciparvi: è sufficiente un'età tra i 20 e i 32 anni e il pagamento di una retta compresa tra i 7.600 € (per i primi dieci classificati) e i 15.400 € (per i restanti) per l'intero arco del corso. Cf. <http://www.scuolaholden.it/getdoc/dee18932-fd74-49d0-a780-8a747a62f953/Home.aspx>.

¹⁸³ La nascita dei corsi promossi internamente a Rai e Mediaset è stata trattata nel secondo capitolo di questo lavoro. Vorrei solo ricordare che il Corso Rai Script è l'unico aperto a tre diverse categorie di frequentanti: i corsisti (dodici giovani, preferibilmente laureati, nati dopo il 1974), gli uditori (fino ad un massimo di 15, che potranno assistere alle lezioni ma non partecipare alle esercitazioni) e i funzionari interni all'azienda pubblica o altri collaboratori invitati in qualità di ospiti. Cfr. <http://www.audinoeditore.it/page.php?id=corsosceneggiatura>.

¹⁸⁴ Nel 2004 nasce il primo corso di fiction promosso dal Dipartimento Lombardia del Centro Sperimentale di Cinematografia: l'iniziativa rientra in una politica organica del Centro, ossia nella volontà di decentrare l'attività, accostando nuovi percorsi didattici a quelli tradizionali. La figura che si intende formare in questo corso – che dura due anni, con dodici posti a disposizione – è quella dello sceneggiatore "specializzato" nella serialità televisiva. Cfr. http://www.snc.it/UploadDocs/1087_BANDO_DI_CONCORSO_Corso_Fiction_2010_2012.pdf.

un'elaborazione di un'opera già esistente, ad esempio la scaletta di una puntata di serie o l'adattamento di un'opera letteraria) e di un colloquio motivazionale.

Ecco cosa racconta Raffaella della sua esperienza come allieva “*del Centro*” (come viene per brevità chiamato), a tutt'oggi il fiore all'occhiello dell'insegnamento delle professioni dello spettacolo in Italia:

“è stata un'esperienza bella e deludente insieme, nel senso che da un lato abbiamo incontrato tutti i più grandi referenti della sceneggiatura italiana, il povero Age [Scarpelli] che è morto un paio di anni fa, Cerami, poi seminari con D'Alatri, con la Marciano, Cecchi D'Amico... insomma assolutamente qualificante... dall'altro tutti speravamo che comunque essendo sei persone su tutta Italia in due anni si creassero degli agganci un po' più seri col mondo del lavoro e... ZERO! Sì un paio di persone hanno collaborato con uno di questi maestri per un breve periodo, ma niente di quello che ci saremmo augurati!”
(Raffaella).

Da questo passaggio si può cogliere la delusione di un “investimento” che non ha sortito i risultati sperati: perché la frequentazione di corsi è supportata più che dal desiderio di “imparare” un mestiere (quasi tutti gli sceneggiatori concordano che è sufficiente comprarsi due manuali di sceneggiatura per imparare “*le regolette*”, mentre per il resto serve la pratica), dalla speranza di fare incontri fruttuosi, di essere notati, di spianare la strada a future collaborazioni. E nonostante quanto afferma Raffaella, così effettivamente avviene: il problema è piuttosto che un mercato del lavoro così ristretto fatica ad assorbire anche il numero, in fondo esiguo, dei suoi aspiranti.

Resta infatti indubbio che i quattro corsi più sopra elencati costituiscono il luogo privilegiato per il reclutamento di nuove leve, soprattutto il Corso Rai Script che è stato il primo a fornire una formazione mirata al mestiere di sceneggiatore televisivo. In meno di un quindicennio ha finito per socializzare diverse generazioni di sceneggiatori ad una forma narrativa che fino a metà degli anni Novanta non sembrava necessitare di regole diverse da quelle applicate per scrivere il copione di un film o di qualsiasi altro testo rivolto alla fruizione. Ed è proprio seguendo le “fortune” di questa scuola che mi sento di fare un'ulteriore annotazione a margine sul ruolo della formazione “istituzionale” allo svolgimento della professione in esame.

Gli sceneggiatori più anziani, quelli della vecchia guardia cinematografica già affermati sul formato miniserie o con qualche film per le sale già all'attivo, e con loro i giovani disoccupati che volevano fare il cinema e frequentarono il corso nei suoi primi anni di vita, lo vissero infatti più come una novità che come un'opportunità, ma comunque senza la reale consapevolezza di quel che sarebbe avvenuto di lì a pochi anni nel campo della produzione seriale. Diversamente, chi è approdato al corso in piena “bella stagione” della fiction televisiva [Buonanno, 2007] lo ha frequentato come un'occasione concreta di impiego e per i giovanissimi di oggi esso è diventato addirittura il canale preferenziale attraverso cui avere accesso al mondo televisivo e da cui ambire ad altri campi. Direi che nel campo della fiction televisiva questo corso ha dapprima suggerito la necessità di pensare in modo seriale contribuendo in larga parte a dare legittimità al mestiere di sceneggiatore televisivo e autonomia alla relativa comunità professionale

(rispetto a quella, ad esempio, degli sceneggiatori cinematografici); ha poi imposto quale «discorso dominante» la condivisione di parametri linguistici e tecnici [Redvall, 2010: 74]; così facendo ha conferito ai suoi partecipanti un'attitudine all'impiego («*employabilité*») [Katz, 2006: 51] e ha finito per funzionare da vetrina che da un lato, attira gli aspiranti sceneggiatori a parteciparvi per aumentare la propria visibilità sul mercato [Caves, 2000] e avere più agevolmente accesso al campo e, dall'altro, «polarizza le sollecitazioni dei professionisti in cerca di giovani talenti» [Katz, 2006: 52]¹⁸⁵.

Una nota a margine merita infine un corso che occupa nel cuore di chi l'ha frequentato, ma anche nel racconto di chi non l'ha vissuto in prima persona ma ne ha conosciuto invece solo l'insegnante, un posto speciale, svolgendo un ruolo decisamente diverso rispetto al tipo di formazione fin qui analizzato: si tratta del corso tenuto a partire dalla fine degli anni '80 da "Leo" Benvenuti nella sede dell'A.N.A.C. (Associazione Nazionale Autori Cinematografici)¹⁸⁶. Lo stile di questa scuola ricorda, nel racconto dei suoi partecipanti, quello dei bar di colore che fino agli anni '60 rappresentarono negli Stati Uniti il centro vitale del jazz, luogo da cui passavano i strumentisti affermati insieme a quelli in cerca di affermazione. I neofiti in particolare potevano sedersi al tavolo con i musicisti per imparare a suonare: e in quell'ambiente informale improvvisavano, miglioravano le proprie tecniche, ampliavano il loro repertorio, facevano amicizia con altri musicisti, principianti come loro o professionisti, e sviluppavano un senso di partecipazione e di identità [Reed, 1979]. E qualcosa di simile accadeva nelle lezioni di sceneggiatura a cadenza settimanale (il venerdì dalle sette alle nove di sera): nell'atmosfera "autogestita" – *“si andava in modo super random, bastava che ti fosse arrivata voce e anche se eri l'ultimo dei dropout andavi lì e gli davi il tuo cazzo di tovagliolino scarabocchiato”* (Angelo, comunicazione mail, 23/10/09) – di queste non-lezioni i partecipanti, circa 30/40 persone a corso – un *“gruppo libero, di piccoli e grandi, venivano anche studenti del centro sperimentale, quindi di varie età”* (Lucia) – avevano la possibilità di confrontarsi realmente con il proprio talento creativo, attraverso le conferme o le “scomuniche” ricevute dal maestro, al quale ogni settimana potevano portare i propri elaborati, ricevendo il “responso” nelle settimane successive:

“Leo Benvenuti era un personaggio particolare, atipico anche nel suo corso perché tu arrivavi là e lui ti diceva scrivi quello che vuoi e portamelo: tu scrivevi una cosa, anche cose patetiche scritte a mano, gliela portavi, lui la leggeva e non entrava mai né nel merito della storia, né... niente di tutto questo... ti diceva semplicemente se tu potevi fare quello oppure no e se lo potevi fare te lo faceva fare da subito” (Giovanni).

¹⁸⁵ Katz [2006] osserva un meccanismo simile nella cosiddetta “classe libera” dell'*École Florent* di Parigi dove si tengono corsi per aspiranti attori.

¹⁸⁶ Fondata a Roma nel 1950 è forse la più longeva tra le associazioni di autori nel nostro Paese: comprende sia registi che sceneggiatori cinematografici, una particolarità che l'ha fin dall'inizio diversificata dalle organizzazioni analoghe che sorgevano in quegli stessi anni in Europa, dove le due categorie erano (e sono) rappresentate da organizzazioni diverse. Cfr. <http://www.anac-autori.it/online/>

Questo tipo di formazione è andata scomparendo negli anni per lasciare posto ad un training più strutturato sia nei contenuti che nella forma. Si confronti il racconto precedente con quello di questa sceneggiatrice che riconosce invece nella sua prima esperienza lavorativa, avvenuta ad *‘Un posto al sole’*, la sua vera scuola:

“la cosa bella è che loro in pratica ti accompagnavano nel percorso, perché ad esempio il primo dialogo che ho scritto, e per tutti i primi tempi comunque, mi chiamavano ogni puntata che io scrivevo per farmi vedere le cose che andavano bene, le cose che non andavano bene, è come se loro erano proprio impostati a fare una scuola mentre tu già stavi lavorando. Credo proprio sia stata proprio l’occasione migliore che uno potesse chiedere da un mercato lavorativo, è stato perfetto!” (Lucrezia).

Nella “palestra” creativa napoletana, diversamente dall’impianto quasi stralunato delle lezioni di De Bernardi, l’allievo-sceneggiatore viene istruito sulla base di esigenze produttive specifiche e stringenti. Si può osservare in questo cambiamento, di maestri, di tecniche di insegnamento, di nozioni impartite ed acquisite, uno dei segnali di quel passaggio dall’artigianato all’industria, oggetto del capitolo introduttivo al campo.

Tra gli intervistati si trovano ben rappresentate tre generazioni di maestri e di allievi: generalizzando, per i più anziani (indicativamente over55) i maestri sono stati i grandi registi cinematografici (Ettore Scola, Federico Fellini, Franco Rossi) e i colleghi sceneggiatori più anziani con cui hanno iniziato a muovere i primi passi lavorativi (Elio Petri, Tullio Pinelli); la generazione over40, di chi era già entrato nel super-campo dello spettacolo quando la televisione scoprì la serialità, cita oltre al maestro Leo Benvenuti (*“non so quanti sceneggiatori ti abbiano parlato di lui, ma lui è il padre di un sacco di noi!”* afferma Alvisè), le prime persone con cui ha lavorato come Stefano Rulli e Sandro Petraglia, Francesco Scardamaglia, Ugo Pirro, Rodolfo Sonego; infine, coloro che sono approdati direttamente al piccolo schermo individuano come maestri e *talent scout* i produttori che li hanno accolti sotto la propria ala protettiva (soprattutto Pietro Valsecchi a capo della casa di produzione Taodue) e Wayne Doyle (per anni *head writer* di *‘Un posto al sole’*). Nei primi due casi, quindi, la formazione viene perpetrata da chi, lavorando d’istinto e non applicando regole ferree ai copioni, non poteva certo trasmetterle attraverso l’insegnamento (e infatti molti dei pamphlet sulla sceneggiatura scritti dai grandi nomi del cinema che uscirono negli anni Novanta erano più che altro raccolte in forma diaristica di aneddoti e consigli, non certo veri e propri manuali di sceneggiatura); nel terzo invece, la formazione deriva da una pratica di lavoro strutturata in modo rigido, svolta all’interno di un’organizzazione (la casa di produzione) o seguendo i ritmi industriali necessari al funzionamento di una macchina complessa come quella della soap. Consideriamo l’affermazione che segue:

“tutto quello che ho imparato l’ho imparato nell’anno in cui ho lavorato a ‘La squadra’, cioè lì c’è un meccanismo seriale molto rigoroso, una struttura del lavoro industriale [...] quella è stata una grossa scuola, perché alle spalle c’era Wayne Doyle che è uno che in termini di serialità ha un’esperienza

enorme... e mi ricordo infatti ancora che il primo trattamento che scrissi come editor, come accompagnatore dello sceneggiatore, era una cosa delirante... per cui lui mi mandò un'email con scritto 'what's this bullshit?'; però evidentemente qualcosa di buono c'era, erano sfruttate male le idee, raccontate male le idee, non si capiva quale fosse la messa in scena, eccetera, però ho imparato facendolo!" (Sergio).

Come più sopra Lucrezia anche Sergio riconosce alla lunga serialità (nel suo caso l'esperienza a *'La squadra'*) uno statuto formativo importante (parla di "grossa scuola") e assegna alla figura di Wayne Doyle, uomo di televisione di "esperienza enorme", la palma di maestro di questa scuola sul campo. Lo sceneggiatore infatti, un ex giornalista, non ha frequentato nessuna scuola di sceneggiatura e ha imparato il lavoro "facendolo" convinto che "comunque facendo il giornalista un senso della narrazione ce l'hai, che poi tu debba ricostruire un evento in un minuto, in cinque, in venti, in un'ora, inventato o autentico, come dire la costruzione narrativa non è molto diversa!".

Quest'ultima affermazione ci introduce all'ultima delle modalità di formazione che riguardano il mestiere dello sceneggiatore televisivo: dopo aver considerato la formazione scolastica e specialistica sui "banchi di scuola" e l'apprendimento "informale" (della scuola di Benvenuti e della scuola-lavoro della soap opera), resta da considerare quella che più sopra ho definito come auto-formazione, per indicare una pratica di apprendimento solitaria e continua. Solitaria perché è avvenuta con la lettura di manuali tecnici ma soprattutto attraverso una passione per le storie, che porta a sezionarle e studiarle nel dettaglio, quasi a voler rubare l'anima del racconto per riprodurla nelle proprie opere; e continua perché anche una volta che l'ingresso al campo è avvenuto, «per dovere o per inclinazione inconscia» [Sassoon, 1994: 97], lo sceneggiatore continuerà a tenersi aggiornato.

Tra le pratiche di apprendimento più diffuse infatti, accanto naturalmente alla visione di film e alla lettura di libri (tutti si definiscono "grandi consumatori" di narrativa e di film) o alla scrittura "selvaggia" (provare a scrivere di tutto, sempre), troviamo la lettura delle sceneggiature e la "de-scalettatura" sia di film che di serie televisive, come racconta di seguito Carla:

"io andavo al cinema anche la mattina e quando c'erano delle scene particolarmente toccanti, riscrivevo le battute dei film: io ho imparato a fare i dialoghi così, non c'è altra strada, non è che li copiassi, imparavo i tempi dei dialoghi, cioè la lunghezza di una scena" (Carla).

In questo episodio è racchiusa a mio avviso l'essenza dell'auto-apprendimento: cronometrando i tempi dei dialoghi e delle scene, ragionando su come sono state costruite e intrecciate le diverse linee narrative lo sceneggiatore si auto-socializza alla narrazione ad incastro e alle regole ritmiche del racconto audiovisivo. Una socializzazione che continua con la nuova serialità televisiva: lo sceneggiatore infatti continua a tenersi aggiornato sia sulle serie italiane scritte dai colleghi (di solito si guarda una puntata per farsi un'idea) sia, soprattutto, su quelle americane oggetto di riflessioni analitiche che vanno ancora una volta dalla lettura delle sceneggiature (molte delle quali disponibili in internet) al prendere

appunti nel corso della visione per rintracciare lo schema seriale (fisso) del racconto. A ciò si aggiunge un più generale «processo di aggiornamento culturale» mirato ad «alimentare continuamente le proprie fonti di ispirazione, in un ascolto il più attento possibile dei tam tam della cultura di massa» [ivi]¹⁸⁷: andare al cinema, a teatro, alle feste, conoscere i nuovi trend (musicali, giovanili, cinematografici, modaioli, e così via), essere informati sulle ultime uscite editoriali (da un buon libro può nascere l'idea di una fiction o anche solo una battuta di dialogo), conoscere l'attualità, ma anche osservare le cose più comuni ed essere curiosi sulle vite degli altri (*“l'altro giorno ho conosciuto un'infermiera in treno... l'ho tartassata porella! Io faccio sempre così: cioè ti prosciugo perché la vita ci fa questo regalo pazzesco, ci racconta delle storie fantastiche”* mi dice infatti Rachele).

Fin qui ho cercato di mettere a fuoco per lo più i sogni infantili, accompagnati da prime esperienze marginali, ed elementi formativi che costituiscono il “contorno” al mestiere di sceneggiatore, o meglio tutto quello che avviene in una sorta di terra di mezzo. Per quanto riguarda in particolare la formazione, oggetto di questa sezione, si è visto come coesistano varie forme di apprendimento, dalle più strutturate (i corsi di sceneggiatura televisiva) alle più “anarchiche” (il corso di Leo Benvenuti), nessuna delle quali ha costituito e costituisce però una condizione necessaria e vincolante all'accesso al campo. Certo, la sceneggiatura ha le sue regole, peculiari e distintive rispetto alle altre forme di scrittura; conoscerle e saperle applicare fa parte dello *skill* della professione, che necessita pure di una continua pratica di aggiornamento (la lettura di manuali e la visione di serie). Aver frequentato una scuola può aiutare ad impadronirsi dei trucchi del mestiere e dei suoi linguaggi, ma soprattutto ad entrare in contatto con chi fa già parte di questo mondo, cercando di conquistarne la stima. Per il resto il training vero alla professione inizia da qui.

3.4. L'ingresso al campo

3.4.1. Ingressi “liquidi”

Con in tasca sogni, speranze, una laurea in lettere o cinque esami in sospeso, l'attestato di partecipazione ad un corso di sceneggiatura, e l'elettrizzante paura di alzare il velo di maya della società dello spettacolo, il problema principale del non ancora sceneggiatore rimane l'ingresso al campo (*getting in*) [Lachman, 1988]. E diventa parimenti problematico cercare di districarsi in una selva di lavoretti paralleli, primi contratti, progetti sommersi, menzioni speciali e primi posti ai concorsi di sceneggiatura, ovvero mettere ordine a questa prima fase lavorativa quanto mai confusa e imprevedibile, raccontata tra l'altro nel modo in cui a prima vista sembra essere stata vissuta: casualmente. Becker [1998: 46-50] ci ricorda

¹⁸⁷ Di fatto lo sceneggiatore, al pari di altri professionisti della comunicazione, «ha il dovere di guardarsi attorno in continuazione, deve avere il costante contatto con l'attualità e la gente, deve partecipare alle tendenze e alle mode, deve essere sempre sul treno dei più informati, deve conoscere tutto quello che c'è nel mondo del cinema, della musica, della narrativa, della politica» [Sanna e Biasi, 1991: 93].

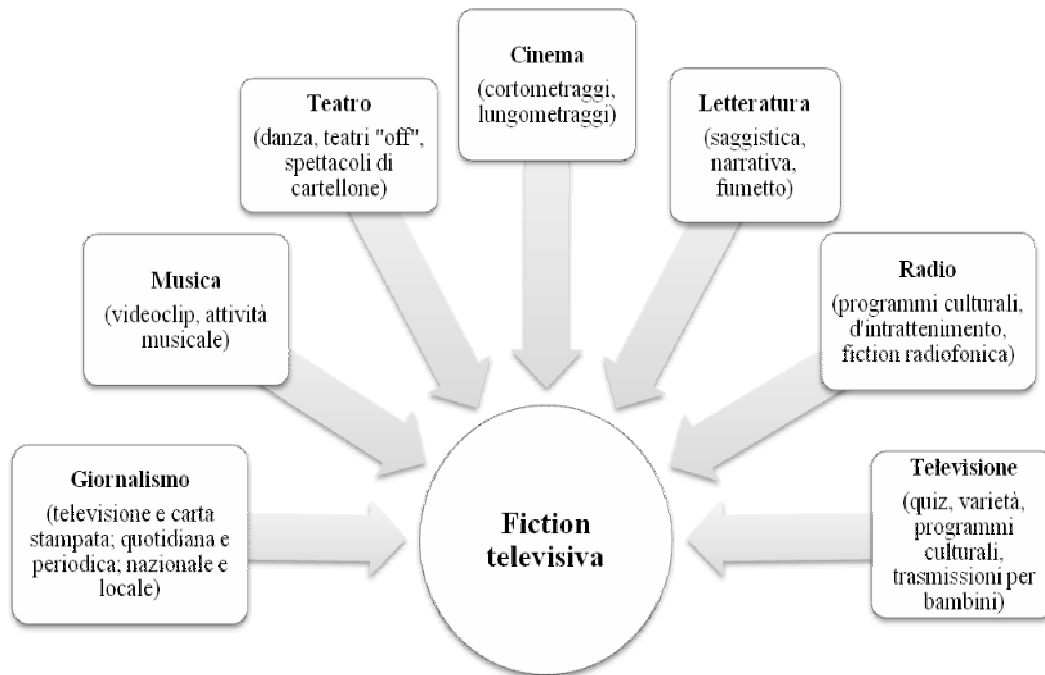
come le coincidenze siano, a smontarle con cura, *contingenze* e *intercontingenze* e che «le cose non accadono e basta, ma piuttosto si producono in una serie di tappe, che noi scienziati sociali siamo inclini a chiamare “processi”, ma che potrebbero benissimo essere chiamate “storie”». Ora, nel nostro caso, è proprio nel punto in cui queste storie prendono avvio, laddove la selezione è alta e un buon numero di aspiranti (attori, sceneggiatori, registi, ecc.) rischia di rimanere tale, che il “tipico” appare come una sorta di miraggio sociologico: per questioni anagrafiche (l’ingresso al campo avviene in un *range* d’età che va dai 15 ai 40 anni), per gli spostamenti “liquidi” da un sotto-campo all’altro (numerosi e ricorrenti in questa prima fase orientativa), e per manifeste difficoltà biografiche (gli intervistati faticano a dare una struttura cronologicamente densa al proprio vissuto lavorativo)¹⁸⁸.

Dal momento che il focus di questo lavoro di ricerca riguarda gli sceneggiatori di fiction televisiva, è da questa prospettiva che cercherò di individuare le più comuni modalità di accesso al campo; la domanda da cui sono partita è stata dunque: come si arriva a scrivere un soggetto, una puntata, un dialogo, anche una sola riga, di un prodotto per la televisione? Per rispondere a questo interrogativo ho considerato tre elementi che sommati insieme definiscono le procedure di accesso al mondo della fiction: (1) la porta attraverso cui avviene l’ingresso; (2) la motivazione ad aprirla; (3) il ruolo degli “apri-porta”, ovvero delle conoscenze (*sponsorship*) e di altre forme di reclutamento.

Si prenda anzitutto la questione delle porte: l’entrata nel mondo professionale della sceneggiatura televisiva può costituire il primo ingresso nel campo della produzione culturale in generale, o, più spesso, si può approdare alla scrittura televisiva dopo un numero variabile di esperienze (non sempre fortunate) in altre arti dello spettacolo. Detto altrimenti, l’accesso alla serialità televisiva può avvenire da porte che danno direttamente su altri sotto-campi della produzione culturale. Si veda a tal proposito il prospetto che segue dove ho elaborato in modo riassuntivo le attività svolte dagli intervistati precedentemente al primo lavoro di scrittura per la televisione.

¹⁸⁸ Gli avvenimenti lavorativi vengono raccontati infatti come una successione di eventi non necessariamente rispettosa dei tempi reali: gli intervistati non sembrano essere in grado di collocare temporalmente un progetto (in che anno è iniziato e se è venuto prima o dopo un altro) e non ricordano per quanto vi hanno lavorato. Quest’approssimazione nella ricostruzione del proprio passato (anche prossimo) lavorativo è dovuta principalmente a due ragioni: da una parte, l’accavallarsi continuo di progetti che si protraggono con tempistiche diverse, vengono abbandonati e poi ripresi; dall’altra, il fatto che ai fini del *curriculum* dello sceneggiatore il fattore tempo ha un’importanza relativa (cosa che non accade ad esempio per altre professioni: pensiamo al peso diverso che ha per un avvocato l’aver lavorato in uno studio prestigioso per molti anni o solo per un breve periodo), mentre conta di più il tipo di progetto a cui si è lavorato e il ruolo ricoperto. E sono gli stessi intervistati a riconoscere questa difficoltà di sistemare gli episodi della loro carriera in una serie storica coerente; si veda ad esempio la riflessione che segue: “*non riusciamo a scandire temporalmente: è un tutt’uno! Non lo so perché, non ti dà un senso del trascorrere del tempo e ti ritrovi vecchio d’emblée, io c’ho solo dei pilastri, come se fossero dei pali di una tenda, ma quello che c’è in mezzo non so, non so bene, non mi ricordo!*” (Alberto).

Tab. 3.1. *Ingresso da altri mondi dell'industria culturale*



La fase di *getting in* include come si vede un'ampia gamma di attività che possiamo considerare collegate a quella di sceneggiatore televisivo di fiction: per la comunanza di mezzo (chi ha iniziato come autore o regista televisivo); per l'atto di scrivere finalizzato ad una fruizione di qualche tipo (dal critico cinematografico al drammaturgo per la danza, dall'autore radiofonico allo sceneggiatore di fumetti); o semplicemente per una più generica afferenza al "mondo dello spettacolo" (il montatore di documentari, il regista di videoclip, l'attore di teatro, l'*aiuto dell'aiuto dell'aiuto* regista per il cinema). Questo aspetto non è affatto strano ma perfettamente in linea con quella fluidità di esperienze già riscontrata nei percorsi formativi degli intervistati e che costituisce una sorta di *file rouge* di molte carriere¹⁸⁹.

Tra coloro che accedono alla professione di sceneggiatore televisivo passando prima attraverso le esperienze sintetizzate nella tabella sopra riportata possiamo distinguere in particolare due gruppi: i giovani *cinematografari* e i "navigati" professionisti della cultura.

Chi appartiene (o meglio, nel caso di quasi tutti gli intervistati, è appartenuto) al primo tipo, oltre ad essere giovane, spesso giovanissimo, e per lo più impegnato anche sul versante scolastico (l'università, il Centro Sperimentale, alcuni ancora il liceo), ha riposto sul cinema i suoi "sogni di gloria" e, se non romano, è ancora in bilico tra due (o più) città. Prendo ad esempio il racconto di Monica, nel quale oltre a ritrovare alcuni degli elementi già analizzati in precedenza (il piacere

¹⁸⁹ Questo aspetto dei sotto-campi della produzione culturale come vasi comunicanti sarà ripreso anche al paragrafo 3.5.3.

giovanile per la scrittura, il caso, la formazione “specialistica”) è ben scandito l’ingresso al campo, visto nella sua processualità e dinamicità, come un periodo e non come un episodio isolato (e isolabile):

“a me non mi era mai venuto in mente di scrivere per il cinema, fino ad un certo punto, nel senso che scrivere mi era sempre piaciuto molto, infatti al liceo scrivevo per un giornale, [...] andavo sempre in redazione a scrivere e ai tempi in quel giornale scriveva anche XXXX [nome scrittore], che aveva un carissimo amico che aveva una casa di produzione a Bologna che faceva videoclip musicali, [...] io avevo 15-16 anni e un giorno al giornale appunto venne questo amico a trovare XXXX [nome scrittore] e mi disse se potevo, doveva girare un videoclip il pomeriggio, fare una parte in questo videoclip, io pensai e dissi che io lo potevo anche fare ‘ma in cambio mi fai fare da aiuto’... e da lì ho iniziato ad appassionarmi all’idea di fare la regia, come molti ragazzini, e poi appunto ho continuato a lavorare per questa società piccola facendo aiuto sui videoclip. Poi l’ultimo anno di liceo ho fatto una scuola di regia di un anno finanziata dalla comunità europea [...]. In seguito a questo, poi io nel frattempo avevo iniziato l’università, scienze politiche a Bologna, e poi mi trasferii a Napoli perché dopo questo corso, dove avevo fatto un piccolo cortometraggio che aveva vinto a un piccolo festival, dopo come stage ci dissero che potevamo scegliere tre posti, tra Milano, Roma e Napoli... io scelsi di andare a Napoli e da lì rimasi a lavorare come aiuto regia, prima come assistente poi come regia, e anche feci aiuto al montaggio, quindi cercai di imparare il più possibile [...]. Poi mi sono trasferita a Roma, ero ancora iscritta all’università, poi andavo anche spesso a Milano per fare un altro lavoro con cui mantenermi, per cui mi triangolavo su queste tre città [...] dopo mi misi a lavorare alacremente ad un cortometraggio, sempre mantenendomi in una maniera un po’... perché i soldi che prendevo come aiuto erano pochissimi, continuando a fare questi lavoretti a Milano insomma... non spacciavo droga però!” (Monica).

Da questo lungo estratto si coglie come il/la giovane che si affaccia al campo sia pronto ad affrontare ogni sfida, a svolgere qualunque tipo di lavoro, ad impegnarsi in un ampio ventaglio di ruoli e compiti, oltre che a misurarsi su più mezzi. Il fatto poi di lavorare per piccole case di produzione scarsamente strutturate, facendo fronte alle esigenze più disparate e seguendo il confezionamento del prodotto nelle sue diverse fasi realizzative, dà al/alla nuovo/a entrante una consapevolezza a tutto tondo della macchina produttiva e una socializzazione quasi “brutale” al campo attraverso il cosiddetto lavoro “sporco”¹⁹⁰. Le primissime esperienze lavorative risultano infatti molto diverse

¹⁹⁰ I concetti di «dirty work» e «reality shock» sono stati discussi tra gli altri da Hughes [1958] e Emerson e Pollner [1976]. Per quanto riguarda il lavoro sporco, ogni occupazione ha il suo: «alcuni possono essere sporchi in termini fisici, altri moralmente»; inoltre, ogni professione «è fatta di compiti/mansioni che non risultano appetibili, nonostante siano essenziali» [Roth, Ruzek e Daniels, 1973: 311]. Esempi invece dello shock generato dalla prima esperienza lavorativa (che diventa una sorta di rito di passaggio) si possono trovare tra le attrici [Hearn, Manning e Habenstein, 1968; Manning e Hearn, 1969]: pensiamo alla competizione per i ruoli nelle audizioni, all’abbandono dell’idea romantica di recitazione che avviene già durante la

dalle attese coltivate durante il training formativo, nel corso del quale gli studenti vengono istruiti alle esigenze tecniche della scrittura per lo schermo, ma quasi mai preparati alle insidie e alla fatica che la professione riserva ai novellini. Durante la formazione specialistica cioè non viene perseguita quell'opera di "deglamourizzazione" del mondo artistico [Hearn, Manning e Habenstein, 1968: 55]¹⁹¹ atta a mettere in guardia i suoi aspiranti sulle possibili delusioni che quel "circuito di gioia" (per riprendere la fanciullesca espressione di Paolo) con buona probabilità riserverà loro. Mi riferisco in particolare a tre tipi di *shock* professionale [Hughes, 1958] con cui gli sceneggiatori alle prime armi possono trovarsi a fare i conti: le prime idee "scippate" (i già citati plagi), il turn over di sceneggiatori che si rimpallano lo stesso progetto per anni, e le vane speranze riposte in progetti non fatti, "tutte cose – ammette Lucia – che accadono e che allora per me furono molto dolorose, perché era la prima volta che le vedevo accadere". Franco, ad esempio, racconta di essersi trovato a fare i conti con il format di un quiz show presentato a entrambi i *broadcasters* generalisti, che fu prima respinto, poi scippato, e infine sospeso in seguito alle sue richieste (supportate da un legale) di essere almeno assunto tra gli autori ("avrò avuto 25-26 anni [...] una frustrazione pazzesca!" ricorda). Dalla storia dei suoi inizi si può ricavare anche un altro episodio, esempio tipico di lavoro sporco: prima di passare alla sceneggiatura, con il sogno di fare il regista, Franco è partito per gli Stati Uniti dove ha studiato in una prestigiosa scuola; una volta rientrato in Italia, si è licenziato dalla rete a pagamento per cui lavorava già da qualche anno ed è approdato (non senza fatica) in Rai con un ruolo che lui stesso descrive così:

"ho pensato – da pazzo – che con la NY Film Academy, l'esperienza che avevo fatto a Telepiù, il premio Cinecittà Digital, che era molto prestigioso all'epoca, tutto questo insieme avrei trovato facilmente lavoro, quindi mi sono licenziato senza avere nient'altro in mano... e ovviamente non ho trovato nulla! [...] Tramite un amico ovviamente, come si fa tutto in questo paese, sono andato in Rai a fare l'assistente alla regia, per cui sono andato a fare una cosa che era dieci volte più indietro di quello che facevo sei anni prima – io giravo da anni, giravo pure bene, giravo veloce, con un taglio, insomma ero uno che gli piaceva fare quel lavoro, lo faceva bene – e son tornato a fare un lavoro in cui portavo le cassette più o meno, scrivevo i time code, facevo il segretario con dei registi che alcuni erano assolutamente dei deficienti..." (Franco).

formazione, e alle scuole estive di teatro, estenuanti *full immersion* che mettono a dura prova la resistenza fisica e psicologica delle aspiranti attrici.

¹⁹¹ Gli autori osservano che le attrici vengono introdotte al loro destino lavorativo fin dal college attraverso un corso base di 'Fondamenti della produzione' atto a dare una prospettiva realistica di ciò che le aspetta, «degli anni di training e miglioramento perpetuo che il teatro richiede»; anche questo rientra quindi nei processi selettivi di ingresso. Per quanto riguarda la mia ricerca sul campo mi è stato, ad esempio, negato il permesso di condurre dei focus group con i partecipanti ad un corso di sceneggiatura, considerati *turbativi* per gli allievi stessi. I docenti della scuola temevano che gli studenti si trovasse a fare i conti con affermazioni *pesanti*, sebbene *realistiche*, provenienti dal mondo professionale cui aspiravano, cosa che contraddiceva l'impostazione *rassicurante* del corso che mirava ad un inserimento graduale dei partecipanti in quel mondo lavorativo. L'episodio sarà ripreso e approfondito nella nota metodologica.

Questo racconto, insieme a quello precedente di Monica, porta in primo piano altri due elementi ricorrenti nel percorso professionale di chi entra nel campo in esame dopo una più o meno prolungata militanza nei campi attigui: le difficoltà economiche e l'importanza dei concorsi; elementi questi che sono invece scarsamente tematizzati da chi è approdato (quasi) direttamente alla televisione, senza dover aprire (e quindi bussare a) troppe porte¹⁹².

La mancanza di denaro, comune alla fase iniziale di ogni professione, assume in questi ingressi al campo una valenza quasi iniziatica: il giovane con il sogno della *settima arte* accumula un gran numero di lavoretti in contemporanea (cortometraggi, ruoli vari sul set, piccole regie, ecc.), spesso sottopagati, e rinuncia anche a possibili guadagni "facili" (come scrivere i dialoghi per le soap opera) che in una concezione ancora "romantica" del mestiere lo porterebbe fuori strada rispetto all'obiettivo cinematografico¹⁹³. Tra le forme di "sussistenza" artisticamente accettabili figurano i concorsi: oltre a dare un sostentamento in termini economici ("*io per un po' di tempo ho campato con quei pochi soldi dei premi, facendo un po' l'aiuto-regista, e un poco coi premi, perché nessuno mi aveva mai pagato per scrivere*" ricorda Riccardo), i concorsi (il più citato è il Premio Solinas) sono l'occasione di scrivere in totale di libertà, con amici, e di entrare in contatto con i giurati che sono stati per molti il lasciapassare per nuovi e più ambiziosi progetti¹⁹⁴.

Di tutt'altra natura è il caso del secondo gruppo di coloro che hanno accesso alla professione di sceneggiatore televisivo attraverso altre esperienze di produzione culturale: si tratta di coloro che ho più sopra definito come professionisti della cultura navigati, in quanto approdano alla scrittura televisiva non solo con altre esperienze alle spalle (cosa che li avvicina ai giovani cinematografari) ma con una storia professionale solida, seppur in un ambito diverso. Mentre nel precedente gruppo troviamo giovani che dopo esperienze in vari campi hanno trovato una certa stabilità economica e (alcuni, non tutti) si sono fatti un nome scrivendo per la televisione, in questo secondo e più ristretto gruppo

¹⁹² Direi anzi che chi entra direttamente nel "*rutilante mondo della televisione*" (Marta) si confronta in qualche modo con il problema inverso, ovvero stipendi molto alti per la giovane età che vengono gestiti in modo dissennato. Questo doppio rapporto col denaro, sospeso tra la "povertà" e il lusso, conferma una costante economica dell'artista, la sua «difficoltà ad assumere un atteggiamento "imprenditoriale" o quanto meno disinvolto verso il denaro» [Mattino, 1994: 40].

¹⁹³ «Una scelta piuttosto comune è quella di rinviare avanti negli anni la carriera "seria", per il timore di perdere l'ispirazione o il focus delle carriere artistiche, anche qualora il riconoscimento esterno delle capacità creative sia stato nullo o minimo» [Caves, 2000: 36]. Un aspirante sceneggiatore e regista conosciuto nel corso della ricerca sul campo ha ad esempio ammesso di non essere interessato a fare fiction televisiva aggiungendo che "*magari se un giorno avrò da campare moglie e figli, allora forse farei anche quello*" (note di campo, 06/06/08).

¹⁹⁴ Come osservano Frey e Pommerehne [1989: 251] l'ammontare dei premi dei concorsi non è particolarmente elevato: «nella maggior parte dei casi, il motivo per cui essi sono tanto ambiti è costituito dalla pubblicità che ne deriva per il vincitore, e dal conseguente aumento della domanda per le sue opere». Per fare solo un esempio, l'ultimo Premio Franco Solinas assegnato alla miglior sceneggiatura originale inedita era di 12.000 euro, ai quali si è aggiunta una menzione speciale di 3.000 euro per una seconda sceneggiatura (da notare: la quota di partecipazione era di 120 euro). Per un approfondimento sull'importante funzione di *gatekeeping* svolta dai concorsi rimando allo studio svolto intorno ad una competizione musicale americana di J. Horowitz, *The Ivory Trade: Music and the Business of Music at the Van Cliburn International Piano Competition*, New York, Summit Books, 1990.

troviamo le storie di coloro che sono approdati alla sceneggiatura televisiva forti di un'altra carriera già ben avviata. I casi di itinerari multipli e passaggi da una linea di carriera ad un'altra (*switching*) [Becker e Strauss, 1956: 260] seguono tre modalità principali e possono avvenire: (1) all'interno della stessa organizzazione (è il caso di chi prima di diventare sceneggiatore ha occupato un ruolo dirigenziale in una casa di produzione); (2) all'interno dello stesso macro-settore occupazionale comprensivo di coloro che hanno fatto della scrittura il loro mestiere (scrittori, giornalisti, sceneggiatori cinematografici, ecc.); (3) al di fuori di ogni apparente collegamento tra il mondo di provenienza e quello di approdo (tra gli intervistati ci sono ad esempio un sacerdote e un magistrato).

I casi più ricorrenti ricadono nella seconda categoria e sono penne "rubate" alla narrativa, alla saggistica, al giornalismo, come nel caso riportato di seguito:

"lavoravo come giornalista televisivo, avevo fatto un'ultima stagione, gli ultimi due anni, in cui mi ero divertito moltissimo [...] poi la televisione è stata normalizzata, XXXX [nome direttore TG] è andato via, lì era diventato stato noioso, io ho capito che non sarei andato a lavorare da un'altra parte [...] ma che volevo cambiare mestiere, senza sapere cosa fare in realtà! Quando sono andato via ero redattore capo, quindi una specie di suicidio ho fatto, inspiegabile per i più... Quindi poi avevo un mio amico che faceva il regista, l'autore televisivo e quant'altro, che stava mettendo in piedi una sitcom e mi disse 'ma perché non provi a scrivere qualcosa? Magari ti diverte!' e lì ho cominciato a scrivere, continuando a fare il giornalista, un po' di puntate di questa sitcom per la Rai... mi sono molto divertito e poi il mio lavoro piaceva a loro per cui a un certo punto ho preso un'aspettativa, e quando mi hanno detto 'però adesso devi decidere' perché dopo sei mesi di aspettativa insomma... Io ero incoraggiato dal fatto che appunto queste mie sceneggiature piacevano molto, che Freccero quando aveva visto le prime puntate girate si era buttato per terra, aveva fatto delle scene imbarazzanti, aveva detto che ero un genio... Incoraggiato da questo, mi sono licenziato!" (Sergio).

Confrontando questa esperienza con quella dei giovani cinematografari mi sembra piuttosto evidente la differenza tra i due processi di accesso al campo e come in questo secondo caso, oltre ad avvenire in tempi più compressi (dopo sei mesi di aspettativa Sergio decide di licenziarsi dal precedente posto di lavoro), assuma il sapore di una "seconda rinascita" o di un "secondo tempo". Questi salti da una linea di carriera ad un'altra possono avvenire: quando il lavoro precedente perde di appeal, non dà più stimoli e/o vengono meno le condizioni piacevoli per farlo (motivazione che emerge dal racconto di Sergio); quando la propria carriera pregressa subisce una battuta d'arresto (è il caso di Guido che inizia a scrivere per la televisione dopo un flop letterario) o non decolla per mancanza di lavoro (si pensi alla schiera di sceneggiatori della "vecchia guardia" cinematografica).

Dal momento che l'ingresso al campo della serialità televisiva non avviene mettendosi tutti in fila davanti alla stessa porta tanto che i percorsi risultano piuttosto variegati, è probabile che siano parimenti diversificate le motivazioni che spingono ciascuno/a ad intraprendere questa professione. Generalizzando, direi che si approda in televisione per necessità, per opportunità, e, più raramente, per scelta. C'è infatti chi, come appena accennato, transfuga dal mondo del

cinema in forte crisi o dal teatro (*“nessuno salvo forse tre star assolute del teatro, campa scrivendo teatro”* riconosce Angelo), ammette che la televisione è stata una “seconda scelta”, presa semplicemente per necessità, perché il mercato non offriva nient’altro; c’è chi è invece consapevole di essere capitato in un momento favorevole, di grande richiesta di scrittori per la tivù, e riconosce di aver sfruttato (in modo opportunistico) questa occasione. I due esempi che riporto di seguito rivelano questa doppia prospettiva motivazionale rispetto allo scrivere fiction televisiva, da una parte l’obbligo (primo estratto) e dall’altra lo sfruttamento di una congiuntura fortunata (secondo estratto). Entrambi poi fanno riferimento allo stesso periodo storico, situabile intorno alla metà degli anni Novanta, in cui molti degli intervistati hanno iniziato ad essere occupati a tempo pieno in televisione:

“io sono partita dal cinema, e devo dire che la fiction è stata un ripiego anche abbastanza doloroso dal punto di vista mentale, però poi adesso fanno tutti la fiction perché non c’è più da lavorare al cinema, l’ultimo film che ho fatto è stato nel 2002, quindi va beh” (Patrizia).

“a un certo punto negli anni ‘80 eravamo colonizzati dalla fiction americana e poi [negli anni ‘90] abbiamo preso un’onda di riflusso e abbiamo iniziato a fare la fiction italiana [...] era il periodo che iniziavo a fare lo sceneggiatore, quindi sono entrato proprio nell’onda, nel periodo grasso quando servivano un sacco di sceneggiatori e io ci sono entrato in pieno! Però non capisco perché è accaduto: mi piace a livello professionale diciamo, ma a livello personale continuo a trovare incomprensibile che qualcuno preferisca vedere una puntata di Rocca [‘Il maresciallo Rocca’] piuttosto che di ‘Lost!’” (Federico).

Infine c’è un gruppetto, più esiguo, che rivendica la scelta e il piacere di lavorare per la televisione, ammettendo di esserne stato un accanito telespettatore o confessando di aver trovato nel mezzo televisivo il proprio linguaggio espressivo d’elezione. In questo terzo caso quindi la motivazione al mestiere, seppur debole in partenza, è stata rielaborata nei termini di una scelta mai rimpianta. Si veda al riguardo quanto afferma Riccardo:

“ho scoperto banalmente che [il mestiere dello sceneggiatore televisivo seriale] era molto più bello di fare un film per un amico o il cinema che non vede nessuno... ma proprio molto più bello! Ti dà un’altra adrenalina, c’hai la cosa che poi le vedi e c’hai la mattina l’Auditel, c’è la diretta, se giri una cosa oggi tra un mese la vedi... è un altro mondo! E la cosa bellissima è che ho trovato, come narratore, il linguaggio che mi appartiene, cioè il linguaggio che mi appartiene è quello dei 50 minuti seriali... il modo in cui mi piace raccontare le cose è quello! Per un ragazzo oggi è molto più facile perché c’ha 15 anni di televisione seriale americana bellissima per cui vuole fare quella cosa lì; io no! C’ho un’altra cultura, io vengo da Wenders, quindi è difficile capire che poi in realtà vuoi fare i ‘Sopranos’, come modello linguistico” (Riccardo).

Il punto è che anche Riccardo, soddisfatto del mestiere che svolge e convinto che scrivere per la televisione “è molto più bello” che non fare il cinema, si trova

più o meno per caso a fare lo sceneggiatore di fiction. Il fatto che quasi tutti gli intervistati siano “capitati” nel campo in esame e non l’abbiano in ultima analisi consapevolmente scelto, aspetto questo che emerge da percorsi di carriera, almeno nella fase iniziale, poco standardizzati, è indice di un elemento importante: quello della serialità televisiva rimane un campo “di ripiego” (“*io la televisione prima un po’ la snobbavo*” ammette tra gli altri Mario), manchevole di quella legittimità (artistica) riconosciuta ad altri campi dello spettacolo (*in primis* il cinema) e dell’arte in generale. La televisione sembra in questo senso essere rimasta, almeno nella percezione lavorativa di molti degli intervistati, la “sorella povera”, in termini di prestigio e di risonanza culturale non certo in termini economici, del cinema. E non è un caso quindi, come vedremo meglio più avanti, che una volta raggiunta una posizione centrale nel campo in esame lo sceneggiatore televisivo nuovamente ambisca a vedere il suo nome sui titoli di testa di un grande schermo (come quand’era un giovane sognatore).

3.4.2. I primi lavori di fiction televisiva: forme di reclutamento

Se fino a questo momento i movimenti di carriera sono apparsi dinamici e diversificati, il primo lavoro come sceneggiatore di fiction televisiva è invece piuttosto standard, sia che si arrivi da un lungo periodo di gavetta giovanile, o da un’altra consolidata carriera, o che il proprio debutto nel campo dello spettacolo avvenga proprio con la sceneggiatura televisiva. Il primo ingaggio è presto detto: si sceneggia una puntata, di una soap o di una serie, spesso con un collega-amico, oppure si collabora alla scrittura di una miniserie con una cosiddetta “*prima firma*” o un “*senior*”, termine con cui viene designato lo sceneggiatore d’esperienza. Per la diversità dei percorsi da cui si proviene o per la “casualità” di approdo alla scrittura televisiva, il momento della *prima cosa scritta* è sempre considerato come una “prova”: nessuno è certo di saper lavorare su questo formato narrativo, e prova a capire: primo, se lo sa fare, secondo, se gli piace farlo.

Il tipo di lavoro svolto in questa fase di accesso è poi strettamente legato alla modalità di reclutamento, termine preso a prestito dall’ambiente militare per indicare quel «processo per fare entrare nuovi membri in un gruppo» [Griff, 1968: 145]. Nel nostro campo il reclutamento può avvenire in tre modi: per conoscenza diretta; su selezione in seguito ad un colloquio; attraverso un test di sceneggiatura.

La conoscenza diretta rappresenta senza dubbio il canale principale, nel senso di più immediato e diffuso. A fornire il primo lavoro può essere un amico già inserito nell’ambiente, un insegnante da cui si è stati notati durante un corso di sceneggiatura, un giurato di un concorso; questo è il caso in cui più facilmente il primo lavoro può risultare “a nero”, cioè sottopagato (o addirittura gratuito) e senza firma. Il meccanismo dell’artista affermato (o comunque già inserito nel campo) che promuove, aiuta e sponsorizza quello emergente è comune anche ad altre arti, come quelle visive [Ridgeway, 1989; Simpson, 1981]¹⁹⁵: questi “ganci”

¹⁹⁵ Ridgeway [1989: 208] osserva ad esempio come gli artisti affermati sponsorizzassero quelli emergenti, attraverso l’organizzazione di mostre collettive o acquistando le loro opere. Simpson [1981: 85] annota addirittura che nei 2/3 delle gallerie prese in esame per il suo studio il

possono aver procurato direttamente il lavoro (cioè il nuovo entrato lavora *con* o *per* loro) oppure possono aver presentato il loro “protetto” ad un produttore o ad un altro sceneggiatore; in entrambi i casi chi traghetta nel campo il neoscrittore garantisce per lui funzionando da *gatekeeper* [Hirsch, 1972; Broadhead e Rist, 1976; Bystry, 1978]. Si veda il colloquio avvenuto tra Angelo ed un grosso produttore per intercessione di uno dei suoi insegnati:

“prima ancora che finisse il corso [Rai Script], uno di questi insegnanti, che è Scardamaglia,[...] mi ha fatto avere un colloquio con XXXX [nome produttore]... e quello è stato un incontro abbastanza buffo, perché io sono andato lì e lui mi ha detto ‘Scardamaglia m’ha detto che sei un genio! Ma perché io devo credere a questa cosa?’, ho detto due cazzate, lui mi ha detto ‘comunque io non ci credo, allora tu fai una cosa, vai a casa e mi scrivi tre soggetti e poi mi fai questa scena’ e mi ha raccontato una situazione e io gli ho raccontato una storia che mi sembrava che, come dire, si potesse sviluppare da questa situazione che lui mi aveva indicato, senza che mi fosse richiesto insomma, era un lavoro che dovevo fare a casa. Allora lui appunto si è messo lì, ha preso il foglio [inizia ad imitare la scena prendendo una carta e una penna] ‘allora, te fai: XXXX [nome serie], che era una fiction fighissima, avevano già fatto le primi due stagioni, [...] poi fai XXXX [nome serie]... quindi insomma sono entrato in quella stanza che dovevo fare diciamo i compiti a casa perché lui non lo sapeva, e sono uscito che praticamente ero diventato il capo della XXXX [nome casa di produzione]’” (Angelo).

La conoscenza mediata da uno sceneggiatore che occupa il centro del campo funziona in questo caso da biglietto da visita per entrare in contatto con un produttore e costituisce un «diritto d’accesso implicito» [Ravet, 2006: 157-159]¹⁹⁶: nell’esempio riportato, nonostante il produttore si dimostri sulle prime scettico rispetto alla bravura del nuovo entrante (bravura di cui gli hanno parlato ma di cui lui non ha prove), è sufficiente un breve colloquio per affidargli due lavori importanti. Possiamo azzardare che il breve esame della scena inventata sul momento dallo sceneggiatore non sarebbero bastato se questi fosse andato a colloquio con il produttore senza alcuna “presentazione”: con ogni probabilità il potenziale datore di lavoro avrebbe voluto testare effettivamente le capacità di scrittura del candidato, come aveva inizialmente paventato ad Angelo (“*vai a casa e mi scrivi tre soggetti...*”), e avrebbe poi fatto qualche telefonata in giro per ottenere pareri sul giovane (“*pure a me mi chiedono tante volte ‘ma com’è quello? C’hai lavorato insieme? Lo conosci?’*” racconta Valerio).

In entrambi i casi comunque (conoscenza diretta o mediazione presso un terzo attore del campo produttivo) la natura della sponsorizzazione non è di tipo nepotistico [Hall, 1948: 336], inteso in senso ampio come favoritismo e raccomandazione: è infatti nell’interesse del protettore sia lavorare con una persona di cui apprezza le qualità in vista di un’attività svolta insieme sia presentare a persone di cui ha conquistato la fiducia e che gli tributano prestigio (i

reclutamento di nuovi artisti avveniva solo su segnalazione di altri artisti che già esponevano in galleria.

¹⁹⁶ Altri tipi di requisiti impliciti potrebbero essere ad esempio l’aver ricevuto dei premi, o preso parte a workshop mirati o a lavori all’estero.

produttori o i funzionari di rete) validi collaboratori; allo stesso tempo il protetto deve dimostrarsi all'altezza delle aspettative del suo sponsor, aumentando le possibilità personali di carriera e non danneggiando lo status sociale del suo "gancio".

Una forma di reclutamento più recente, nonché il modo più istituzionalizzato di ingresso al campo, è infine rappresentata dal test, che è quanto di più vicino possa esistere tra gli sceneggiatori ad un'audizione [Ravet, 2006; Sorignet, 2006]. Pubblicizzato tramite canali formali (annunci sui quotidiani) o tramite il passaparola, il test serve a reclutare nuovi sceneggiatori attraverso una valutazione della capacità di scrivere del candidato (invio materiale scritto) e della propensione al lavoro di squadra (colloquio orale): il meccanismo del test, spesso anonimo, è molto in voga nell'ambiente fino a qualche anno fa (è tuttora una prassi delle soap opera, ma è stato fatto anche per alcune sitcom e nuove serie), è simile tra una produzione e l'altra anche se non esiste un protocollo comune, per cui ciascuna casa di produzione (nella persona degli sceneggiatori a capo del progetto) recluta i propri dipendenti in modo autonomo. Questo "diritto d'entrata legittimo" è al tempo rivendicato come il modo più "democratico" di accesso al campo (dove ciascuno può avere la sua chance e giocare le sue carte anche *"senza nessun santo in paradiso"*, per usare le parole di Alessandra) e messo in discussione per i non sempre trasparenti meccanismi di selezione [Ravet, 2006: 156], come racconta questa scettica sceneggiatrice:

"un periodo in cui c'era l'ondata dei test, quindi si facevano test per qualunque cosa, come dialoghista... però anche lì... per esempio la Lux l'ha fatto per Nati Ieri però se ti dovessi dire la verità, avessi sentito una persona che sia stata presa, cioè è molto misterioso pure l'esito" (Raffaella).

Nonostante Raffaella nutra dei dubbi sugli esiti (*"misteriosi"*) di questo tipo di selezione va sottolineato il fatto che nel periodo in cui *"c'era l'ondata dei test"* (più o meno a cavallo del millennio) questo è stato un canale d'ingresso per molti giovani che sono entrati come dialoghisti nell'industria della soap e da lì hanno iniziato la loro carriera televisiva. Questo tipo di selezione non ha però nel campo professionale in esame il sapore di un «rito d'istituzione» che «crea delle differenze di tutto o niente e per tutta la vita» [Bourdieu, 1982: 60]: l'esito negativo del test non ha infatti ripercussioni di alcun tipo sulla carriera, ma viene vissuto semplicemente, e senza troppi patemi d'animo, come un lavoro perso.

Va detto infine che il meccanismo di ingresso al campo sembra essere in parte cambiato in questi ultimi anni: da un mercato con bassissime barriere all'ingresso, che, soprattutto per quanto riguarda l'industria della soap, non richiedeva particolari competenze né un curriculum specializzato nella drammaturgia seriale, «connotato come "giovane", in grande espansione e quindi con la necessità di reperire rapidamente forza lavoro» [Gadotti, 2003: 126]¹⁹⁷, quello della fiction televisiva si è trasformato in una roccaforte più chiusa, talora quasi ingessata, con barriere all'ingresso alte (anche nei vivai creativi delle soap opera) e un

¹⁹⁷ Si tratta di una situazione comune, intorno alla metà degli anni Novanta, a molte delle "nuove professioni" legate al mondo della comunicazione, come ad esempio il settore della pubblicità commerciale on line [Gadotti, 2003].

meccanismo di reclutamento che funziona ormai quasi esclusivamente per conoscenza diretta e su presentazione.

3.4.3. *Quando scrivere diventa un mestiere*

Abbiamo visto nei primi paragrafi di questo capitolo come sia confusa (e poco chiara agli stessi interessati) la questione di chi sia uno sceneggiatore televisivo, ovvero chi debba essere considerato tale, e quale sia la sua auto-rappresentazione. La considerazione che vorrei fare qui è diversa e riguarda il momento in cui ciascuno dei protagonisti avverte che ciò che sta facendo, scrivere (per la televisione), è diventato un mestiere, il suo mestiere: individuare cioè il passaggio dalla pratica occasionale o amatoriale all'investimento totale nella professione. Tale momento non coincide immediatamente con le prime esperienze di scrittura, che vengono piuttosto vissute come un'esercitazione guidata sul campo [Chevalier e Dussart, 2002]. Il fatto di non scrivere da soli, di essere l'ombra di una "prima firma" o di sapere che altri più esperti correggeranno le proprie sceneggiature, costituisce infatti una sorta di paracadute psicologico e una forma di tutela da eventuali errori. In questa primissima fase, sospesa ancora tra hobby e lavoro, avviene la scoperta "in potenza", ovvero lo sceneggiatore è sfiorato dal pensiero che potrebbe vivere di scrittura: una tale scoperta passa attraverso una presa di coscienza personale o è mediata da un riconoscimento esterno, ufficiale (la vittoria di un premio) o meno, nella forma dell'incoraggiamento informale (*"scopro che le cose che scrivevo non facevano tanto schifo [...] perché non lo puoi sapere se sei bravo a scrivere a meno che non sei megalomane!"* sostiene Roberto).

Quasi unanimemente il passaggio al professionismo avviene quando si inizia a vivere solo di questo mestiere, quando cioè si possono abbandonare tutti i lavoretti paralleli di sussistenza; c'è una frase piuttosto ricorrente tra gli intervistati che suona più o meno come segue:

"da lì in qualche modo diciamo il lavoro mi incomincia a non mancare, perché tra una cosa e un'altra non mi sono più fermato" (Mario).

In altri termini, è la percezione di una certa regolarità lavorativa, di un'accumulazione progressiva che cadenza un ritmo creativo costante, a dare la sensazione di essere diventato uno sceneggiatore professionista.

Un discorso simile vale per i musicisti, per i quali essere professionisti significa avere accesso al mercato discografico, ovvero vivere della propria arte vendendo dischi [Jouvenet, 2006: 210]: una delle tappe essenziali all'accesso (*«être dans le bacs»*) è firmare un contratto con una *major* discografica (la Sony, la WEA, ecc.). Questo meccanismo risulta nel nostro caso invertito: in un mercato produttivamente ristretto come quello in esame (si ricordi la distribuzione delle "quote" di palinsesto ai produttori esaminata nel secondo capitolo) è raro il caso di uno sceneggiatore alle prime armi ingaggiato da una piccola casa di produzione, la quale si affiderà piuttosto ad un professionista noto per la scrittura dell'unico prodotto "piazzato" della stagione. Per questo è molto più probabile che il training formativo sul campo e il successivo passaggio (simbolico) al

professionismo avvenga presso le case di produzione più influenti, mentre l'ingaggio da parte di un piccolo produttore può rappresentare un segnale della solida reputazione dello sceneggiatore.

Ci sono poi alcuni avvenimenti ricorrenti (e talvolta cronologicamente concomitanti) che segnano il passaggio al professionismo e che possono essere trattati come dei *turning point*¹⁹⁸ che rendono necessario un ri-posizionamento dell'attore nel campo. Vorrei considerarne in particolare due: il trasferimento geografico e l'assunzione di un agente.

Numerosi studi sulle professioni artistiche hanno evidenziato come la concentrazione dei diversi mercati dell'arte e della cultura in centri vitali (con elevata densità di case di produzione ed editrici, sedi di riviste e quotidiani, e tutti i possibili sbocchi per svolgere un mestiere "creativo") abbia portato alla successiva concentrazione di quanti gravitano in quel mondo o tentano di farvi parte: trasferirsi in un luogo culturalmente e artisticamente denso riduce la «distanza dalla barriera imposta dal *gatekeeper*» ma soprattutto aumenta le possibilità di accesso ad una varietà di lavori saltuari, che «consentono di esercitare le proprie capacità di scrittura, e forniscono contatti utili per identificare le vie meno impervie di ingresso al mercato» [Caves, 2000: 165]¹⁹⁹. Roma, *core* produttivo della serialità televisiva (ma non solo), è nel nostro caso il luogo verso cui si trasloca in modo definitivo²⁰⁰, dopo un primo periodo (quello formativo e dei primi lavoretti) di sospensione tra la capitale e la propria città d'origine o un'altra città in cui si lavora. Si ricordi ad esempio il racconto di Monica che si barcamena inizialmente tra tre diverse città (Roma, Milano e Napoli); ma lo stesso discorso vale per Marina sospesa per un periodo tra Milano, Roma e la Svizzera, per Enrico diviso tra Londra e Roma, per Roberto che viene "*messo di fronte al dilemma se lasciare la mamma, il papà e la tranquillità, la fidanzata e tutta una serie di cose a Bari, e venire a Roma a 30 anni, a un'età in cui non sei più un ragazzino*", e per molti altri *pendolari* della scrittura.

Ha segnato la percezione di un passaggio al professionismo anche il trasferimento a Napoli di molti sceneggiatori per lavorare nello staff creativo di '*Un posto al sole*': il "turning point" in questo caso è dato dall'allontanamento da Roma per un lavoro potenzialmente a tempo indeterminato (la soap opera può non

¹⁹⁸ Si rimanda qui al concetto di "turning points" proposto da Strauss [1959: 93], di «incidenti critici che accadono per forzare una persona a riconoscere a se stessa "Non sono più lo stesso, quello che ero e che pensavo di essere"».

¹⁹⁹ Su questo fenomeno di concentrazione si vedano in particolare Simpson [1981]; Anheier, Gerhards e Romo [1995]; Fine [1993]; Plattner [1996] e gli studi condotti sull'industria cinematografica (americana e francese) dal geografo Scott [2000; 2004; 2005]. Il fenomeno della forte centralizzazione della vita culturale nella capitale, e di conseguenza l'esistenza di barriere geografiche per l'accesso al campo, è un aspetto che Sapiro [2007b: 21-22] osserva relativamente agli scrittori francesi e che fa risalire all'epoca dell'Ancien Régime: la maggior parte degli scrittori (e anche degli artisti) è nata a Parigi, o ha condotto gli studi secondari nella capitale (in questo caso le risorse familiari e le strategie educative incidono sulle traiettorie di carriera), o vi si è trasferita in seguito. Opposta è invece la posizione di M. Bradbury, che osserva una sporadica tendenza presso la categoria degli scrittori britannici alla concentrazione geografica [*cit.* in Caves, 2000: 41].

²⁰⁰ Simpson [1981] nel suo studio sugli artisti di Soho individua come momento saliente non solo il trasferimento ma anche l'acquisto di un loft da adibire a studio: la "conquista" di uno spazio da parte del giovane pittore o scultore gli consente infatti di entrare in contatto ed invitare nel suo studio i colleghi ma anche collezionisti, critici e mercanti d'arte.

concludersi mai). Il trasferimento geografico definitivo, che avviene quando gli intervistati hanno tra i 20 e i 30 anni, oltre a coincidere con un sentimento di maturazione personale e di conquista dell'indipendenza, conferisce stabilità al mestiere stesso perché indica che il/la giovane è sufficientemente convinto/a della strada che ha intrapreso e del fatto che questo mestiere almeno nel medio periodo gli darà da vivere²⁰¹.

Un altro aspetto che attiva la percezione del passaggio al professionismo è l'assunzione di un agente²⁰². Non tanto per la «funzione di allocazione» che svolge [*ibidem*: 85] quale promotore della carriera dell'artista, quanto piuttosto per lo status che conferisce. “*Farsi l'agente*”, spesso su sollecitazione di un collega già inserito, significa adeguarsi ad una consuetudine del sistema. Consideriamo al riguardo l'affermazione che segue:

“eh, perché uno si fa l'agente? Questa è una bellissima domanda! Diciamo, se fossimo in un paese civile l'agente è quello che promuove il tuo lavoro... promuovere il tuo lavoro significa che c'è qualcuno interessato al tuo lavoro, siccome questo è molto relativo in Italia, non essendoci [...] come dire, i cosiddetti talent scouts, allora l'agente serve un po' a gestire la tua parte di relazioni con la produzione, sia da un punto di vista contrattuale che economico... Basta! Poi si tentano sempre 'ho mandato il progetto a questo', 'l'ho mandato a quello', ma almeno fino ad oggi non m'è mai servito a nulla... è una specie di commercialista, ma si prende moti più soldi di un commercialista!” (Mario).

Dall'esperienza di Mario si coglie l'utilità dell'agente come “gestore” delle questioni economiche e contrattuali dell'artista. Per questo il neo-entrato inizia a “fare sul serio” quando si siede al tavolo della contrattazione con un agente, quando non deve “*parlare di soldi*” ma si occupa solo della parte strettamente creativa del suo lavoro nel rapporto con la committenza (“*dà un po' di lustro – afferma infatti Giulia – perché chiama la mia agente per discutere i soldi è un'altra cosa dal dire allora quanto me dai?*”). Anche se quasi unanimemente essere rappresentati da un'agenzia non si traduce in maggiori possibilità lavorative (non sono dei “*talent scout*” come osservava più sopra Mario), resta indubbio il ruolo dell'agente non solo perché solleva da “*incombenze iper-burocratiche*” (Rachele), come supervisionare i contratti, mandare le fatture al commercialista, sollecitare i pagamenti, ma anche perché costituisce una sorta di consulente

²⁰¹ Non si dimentichi che le occupazioni artistiche sono le più influenzate dal fenomeno dell'abbandono giovanile del campo in favore di una carriera completamente diversa, a causa di una situazione altalenante sia sul piano economico che simbolico (il campo ora li accoglie ora li respinge) [Caves, 2000: 101]. Anche in quest'ottica il trasferimento stabile in una città diversa da quella natale risulta una forma di investimento personale e un segnale importante del progressivo passaggio al professionismo.

²⁰² Sulla nascita della figura dell'agente letterario nella Gran Bretagna del diciannovesimo secolo rimando a J. Hepburn, *The Author's Empty Purse and the Rise of the Literary Agent*, London, Oxford University Press, 1968. Si noti che inizialmente anche la figura dell'agente era inserita nella logica dell'arte per l'arte: i suoi servizi erano infatti informali e gratuiti, ed egli «svolgeva la funzione di buon ufficio solo per il piacere di vedere un buon accordo concluso» [Caves, 2000: 68]. Oggi invece l'agente può essere considerato a tutti gli effetti un “dipendente” dell'artista: nel nostro caso, percepisce una quota variabile tra il 7% e il 15% sul compenso dell'artista (per gli attori si può arrivare anche al 20%; ma la percentuale più gettonata è il 10%).

(psicologico) a cui chiedere consigli, suggerimenti, informazioni. E questo vale a maggior ragione per chi si è da poco affacciato a questo mondo professionale e non ne conosce ancora appieno i meccanismi [Peters, 1974]. Inoltre, se lo sceneggiatore sente di aver imboccato la strada del professionismo quando inizia ad essere rappresentato da un'agenzia, questo accade anche in virtù del fatto che è l'agente stesso a "scegliere" lo sceneggiatore (l'accesso non è automatico) e ad accoglierlo cioè nella sua scuderia di assistiti. Sono esclusi da questo discorso gli sceneggiatori di soap opera, che in genere hanno la necessità di essere rappresentati da un agente solo una volta abbandonato il *daytime* televisivo (dove hanno a che fare con un'unica casa di produzione ed hanno uno stipendio settimanale fisso che è uguale per tutti); farsi un agente costituisce invece per loro uno dei segnali di un salto ulteriore nella posizione di carriera.

In definitiva, il trasferimento dalla provincia alla capitale e l'essere rappresentati da un'agenzia risultano essere, rispetto al campo oggetto di studio, le due tappe fondamentali che scandiscono l'entrata della maggior parte dei giovani in questo mondo del lavoro e, soprattutto, segnano il passaggio da una scrittura per piacere ad una scrittura per mestiere [Lamy e Weber, 1999] e l'attivarsi del processo di costruzione delle loro identità professionale [Dubar, 1998].

3.5. La scalata al campo. Traiettorie occupazionali

Una volta chiarito secondo quali meccanismi avvenga l'accesso al campo della produzione (intesa come scrittura) di fiction televisiva, passiamo ad analizzare le diverse traiettorie occupazionali che di qui si dipanano. Quel che maggiormente mi interessa sono i successivi "posizionamenti" e "spostamenti" degli sceneggiatori in tale spazio [Bourdieu, 1993: 338], il loro livello di investimento materiale e simbolico, il «senso del piazzamento», ovvero il «doppio senso di posizionamento e investimento» [*ibidem*: 315] e la riproduzione o la negoziazione dell'*habitus* da essi incorporato [Bourdieu, 1979]. Il concetto di carriera è derivato «dalla relazione tra caratteristiche oggettive e soggettive del lavoro nelle moderne organizzazioni, tra la struttura di posizioni disponibili in termini di potere, prestigio, e reddito, e i mondi socialmente costruiti dai percorsi degli attori lungo questa gerarchia» [Faulkner, 1973: 334]. La densità della definizione ne denota l'importanza teorica: unendo considerazioni strutturali e organizzative alla fenomenologia, le carriere sono, da un lato, un sistema di posizioni (oggettive) in relazione tra loro, una sequenza di aggiustamenti [Becker, 1952], da cui è possibile far emergere percorsi "istituzionalizzati" o meglio ricorrenti; dall'altro, sono da leggersi soggettivamente come il risultato della «prospettiva dinamica in cui l'individuo vede la propria vita come un tutto ed interpreta il significato di attributi, azioni, eventi vari che gli accadono» [Hughes, 1937: 410], dotando di senso la sua posizione attuale, collegandola a quella passata e gettando una luce su quella futura. Il ricercatore raccogliendo resoconti biografici si trova a fare i conti con la seconda visione di carriera, da cui ricaverà in sede di analisi la prima, non smettendo di fare i conti con le riflessioni degli intervistati. Perciò, ritengo siano quattro gli aspetti da considerare e chiarire per

definire la posizione di carriera che uno sceneggiatore televisivo occupa all'interno del campo professionale di appartenenza:

- il *ruolo* che riveste, o meglio la successione di posizioni, legate a mansioni diverse, attraverso cui lo sceneggiatore può spostarsi;
- la *velocità della scalata* professionale, che a seconda del ruolo con cui si è entrati nel campo, del momento storico in cui è avvenuta, della forza della *sponsorship* ricevuta, e di altri fattori che saranno analizzati più avanti, può essere: lenta (preceduta dalla classica gavetta), alternata (in un continuo *up & down*), o fulminea (quello che si definisce “*fare il botto*”);
- la *reputazione* e la distribuzione del *prestigio* all'interno del campo;
- l'*aspirazione* del singolo («*mobility motivation*») rispetto al punto in cui si sente arrivato («*current location*») [Faulkner, 1973: 335].

Prendiamo i primi due punti. Per sintetizzare questi percorsi professionali in termini di posizioni e ruoli, in quanto *frame* di riferimento per studiare l'identità dei soggetti coinvolti, i «*turning point*» sperimentati e le loro prospettive [Becker e Strauss, 1956; Strauss, 1959; Becker, 1970], l'analisi sociologica ci offre due strade: una consiste nel considerare i movimenti *verticali*, ovvero le diverse posizioni occupate nel corso della carriera e descritte sulla base di una gerarchia (formale o informale) di prestigio, influenza e reddito [Hughes, 1937; Hall, 1949]; l'altra si focalizza sui movimenti *orizzontali* da intendersi come gli spostamenti tra «posizioni disponibili su uno stesso livello di tale gerarchia», nella convinzione che «in alcune occupazioni più che in altre, e in alcuni individui più che in altri, questo tipo di movimento nel percorso di carriera assuma un'importanza maggiore di quello verticale, a volte al punto che l'intera carriera si dipana lungo un'unica linea della gerarchia professionale» [Becker, 1952: 470]. Pur ancorandomi agli studi del primo tipo, ritengo che il caso analizzato orizzontalmente da Becker, quello delle insegnanti delle scuole pubbliche di Chicago, possa presentare degli spunti utili di cui ho tenuto conto anche per le riflessioni contenute in questo paragrafo. Mi spiego meglio: l'alta mobilità del mestiere fa sì che lo sceneggiatore avanzi (o indietreggi) di posizione, ma anche che i suoi spostamenti avvengano per lungo tempo su uno stesso livello gerarchico, ad esempio può passare dalla condizione di dialoghista di soap opera a sceneggiatore di puntata per una sitcom per il *day time* di Italia 1, e poi a co-sceneggiatore di una puntata di una serie per il *prime time* di Canale 5 e ancora a sceneggiatore di più puntate di una serie a basso costo senza un'alta aspettativa di *share*; il tutto mantenendo sostanzialmente lo stesso prestigio, reddito, e potere [ibidem: 471].

Per questo motivo ho cercato di incrociare i due punti di vista, trovando particolarmente azzeccata anche la distinzione tra movimento ascendente («*upwards*») e laterale («*sideways*»), operata da alcuni studiosi di *management* per classificare due diverse modalità di movimento lavorativo nell'analisi delle cosiddette “nuove carriere”: da un lato, avremo avanzamenti di carriera (verso l'alto) in termini di maggiore responsabilità o miglioramento di status o stipendio più elevato; dall'altro, cambiamenti di lavoro e/o di organizzazione (nel nostro caso di casa di produzione) e/o di location geografica (emblematico il caso del

trasferimento da Roma a Napoli, e ritorno) [Arthur, Inkson e Pringle, 1999: 33], che non comporteranno un immediato cambiamento, economico o di “fama”.

In sintesi, la struttura del presente paragrafo è la seguente: partendo dai ruoli che uno sceneggiatore può svolgere nel campo della serialità televisiva, analizzerò l’andamento delle carriere sulla base dello spostamento da uno all’altro e della velocità dei cambi di posizione – individuando anche i momenti di pausa, volontaria o coatta, e le crisi personali –; rifletterò sul fenomeno dell’accumulazione di più attività (anche molto distanti tra loro) tipico di molti settori artistici e sulle ricadute che l’essere impegnati in altri mondi ha sulla carriera dello sceneggiatore televisivo (e sullo svolgimento del mestiere stesso); considererò la questione del prestigio individuando i principali criteri della sua distribuzione tra pari; ed infine mi occuperò delle strategie retoriche attraverso le quali lo sceneggiatore costruisce la propria *facciata* professionale, combinando una presa di posizione (rassegnata, cinica o ribelle) rispetto al proprio operato e al sistema di cui si partecipa con una visione del campo in chiave aspirazionale, sia individuale che collettiva.

3.5.1. Ruoli e mansioni dello sceneggiatore televisivo

Sotto l’ombrello semantico della professione di sceneggiatore televisivo possiamo osservare e catalogare diversi ruoli, a cui sono collegati non solo mansioni e compiti differenti, ma anche compensi economici che vanno da zero a centinaia di migliaia di euro, ed un ritorno variabile in termini di visibilità, cioè di reputazione e di possibilità occupazionali successive (reali o a cui aspirare) [Gans, 1979]. Lo spostamento da un ruolo all’altro costituisce un primo e fondamentale elemento per valutare le traiettorie occupazionali dei professionisti che scrivono per la televisione, oltre che per registrare le dinamiche gerarchiche interne a questo mondo professionale.

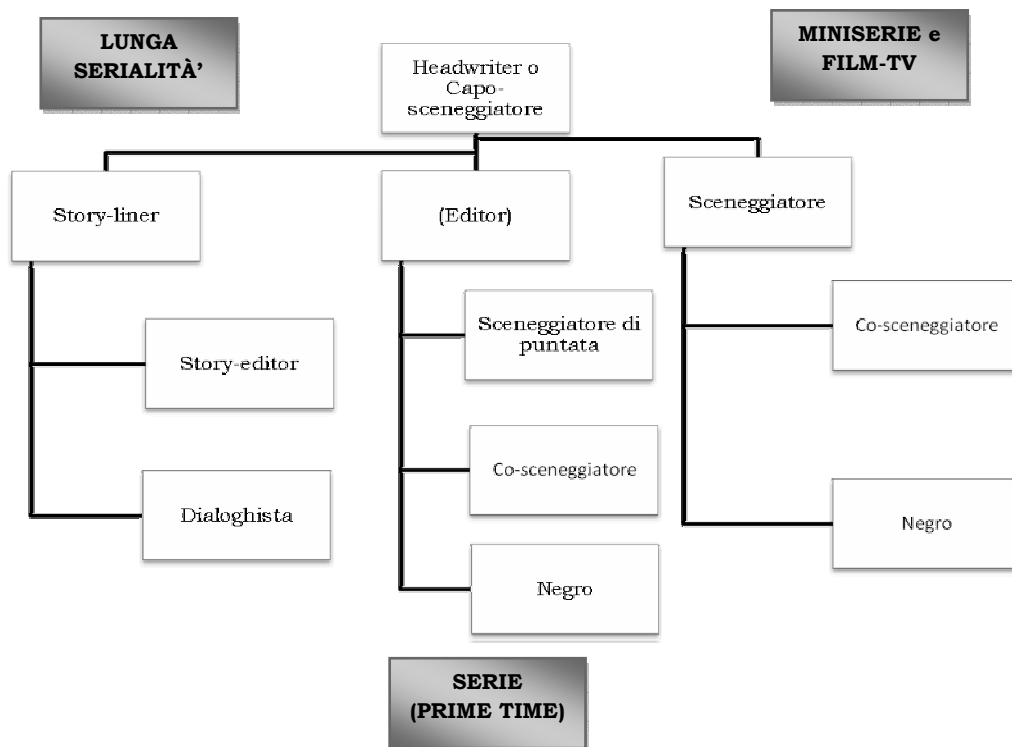
Prima di approfondire la “forma” dei diversi percorsi lavorativi così come si struttura una volta avuto accesso al campo televisivo, è necessario chiarire i “termini” della questione, appunto i diversi ruoli in cui possiamo veder impegnato uno sceneggiatore televisivo, avvertendo che non sempre nella realtà questi ruoli sono così chiari e unanimemente definiti, a causa di una certa confusione terminologica, di una diversità di inquadramento a seconda della casa di produzione e del formato televisivo, e spesso da progetto a progetto (perché come afferma Roberto “*ogni progetto è una storia a sé*”). Così ad esempio uno sceneggiatore si definirà “*editor*” (se avrà lavorato, o lavora, per la Taodue²⁰³), “*co-headwriter*” (se è nella squadra di lavoro interna di una serie medio-lunga), “*story-liner*” (se scrive per la soap opera), o semplicemente sceneggiatore se lavora per una miniserie, indicando grosso modo lo stesso tipo di mansione creativa. Nel corso delle interviste, poi, gli sceneggiatori non solo usavano termini diversi riferendosi allo stesso ruolo ma anche lo stesso termine per indicare

²⁰³ Questa casa di produzione, che produce tra gli altri ‘*Distretto di polizia*’, si avvale in genere per il confezionamento narrativo dei propri prodotti seriali di un ristretto gruppo di sceneggiatori interni che lavorano negli uffici della Taodue e che hanno il compito di impostare la serie e correggere le sceneggiature scritte dagli sceneggiatori di puntata esterni. Questa figura è detta, con un termine improprio, “*editor*”.

mansioni diverse, o addirittura non ne conoscevano altri dati per scontati dai colleghi (*“headwriter che vuol dire?”* mi ha chiesto ad esempio Alvise). Nonostante una progressiva tendenza ad uniformare il linguaggio organizzativo della professione (facilitata come si è visto dagli stessi corsi di sceneggiatura) permangono quindi situazioni di confusione. Riconoscere che *“i termini esistono da produzione a produzione, o anche da come uno sceneggiatore ama definirsi”* (Angelo) è un ulteriore segnale di una definizione identitaria traballante e di un campo professionale ancora in via di definizione, a causa ancora una volta della relativa giovinezza dell’intero comparto produttivo della serialità televisiva nel nostro Paese.

Per agevolare la comprensione delle diverse mansioni e funzioni dello sceneggiatore televisivo ho cercato di mettere un po’ d’ordine nello schema che segue, che abbraccia quasi tutte le opzioni possibili divise nei tre formati in cui sono più evidenti le differenze appena accennate (soap opera, serie di prima serata sopra le quattro puntate, miniserie e film-tv). Lo schema è organizzato gerarchicamente (dalla posizione più elevata alla più bassa) ma può essere osservato anche orizzontalmente, dal punto di vista delle diverse posizioni disponibili su uno stesso livello. Cercherò quindi di procedere nell’esposizione accumulando ruoli molto vicini sia per mansioni svolte che per ricompense economiche e simboliche che comportano [Freidson, 1976], lasciando alla sezione che segue la discussione sul come si strutturano i diversi spostamenti, e con quale “velocità”.

Tab. 3.2. Mansioni dello sceneggiatore distinte per formato



Iniziamo dunque dalla base. Il ruolo più basso che uno sceneggiatore può svolgere è quello di “negro” (sic!). Si tratta di una figura che la televisione, dall’epoca dello sceneggiato in poi, ha ereditato dalla tradizione cinematografica, adattandola alle esigenze del nuovo mezzo e dei suoi linguaggi: il negro negli “anni d’oro” del cinema scriveva accanto ad uno sceneggiatore di fama ma non si firmava. In quel modo però faceva esperienza, “rubava” il mestiere con gli occhi, stabiliva dei contatti col mondo del cinema e della scrittura professionale. Lo scrittore e sceneggiatore Sergio Donati tratteggia nell’estratto che segue la figura di Ennio De Concini, autore così prolifico da sfornare fino a otto film l’anno, e padre del televisivo commissario Cattani, nella prima stagione de *‘La Piovra’*:

“si narra che Ennio fosse soprannominato ‘Olimpo Esterno Giorno’ : aveva un grande studio a via Gramsci con quattro stanzette in ciascuna delle quali era chiuso un giovane ‘negro’ con una Olivetti e una diversa sceneggiatura in corso. Lui zompettava da una stanza e da una sceneggiatura all’altra, suggeriva, correggeva, poi le firmava tutte e divideva i guadagni”²⁰⁴.

Al di là della valenza “mitica” di questo racconto, si è visto come questo sia stato spesso il modo in cui molti sceneggiatori hanno avuto accesso anche al campo televisivo: scrivendo per altri, cioè letteralmente al loro posto²⁰⁵. Negli anni in cui i “grandi del cinema” facevano poca televisione, mettevano a lavorare i giovani proprio sui prodotti che gli venivano affidati per il piccolo schermo e ai quali non avevano il tempo (e forse nemmeno la voglia) di dedicarsi; parimenti, basta scorrere i *credits* degli sceneggiati italiani per trovarci sempre i soliti noti e azzardare che dietro a quelle firme si nascondessero fior fior di giovani aiutanti. Il “negro” è in definitiva l’ombra dello sceneggiatore da cui è stato “assunto”: non ha nessun contatto né con il committente (la rete) né con l’esecutore materiale del progetto (il produttore), e, soprattutto se alla primissima esperienza, può lavorare gratis o essere sottopagato.

Nonostante nessuno faccia mistero dell’esistenza di questo “*ruolo professionale*” (Enzo), si tratta tuttavia di un periodo della carriera che in pochi ammettono di aver vissuto, un ruolo che viene quasi sempre nominato riferendosi ad altri colleghi o agli attuali giovani sceneggiatori e che finisce occultato in sede di dibattito pubblico. Questo significa che pur tacitamente accettata, è una posizione socialmente stigmatizzata e spesso condannata: una condanna rivolta sia a chi lo impone che a chi lo subisce, rendendosi di fatto complice. Inoltre, nonostante sia una figura che, almeno a detta degli intervistati, è molto meno presente nella televisione di oggi rispetto a quella del passato e al cinema, e nonostante in molti la considerino umanamente “svilente” e ingiusta (oltre che

²⁰⁴ Cfr. <http://losteyeways.splinder.com/archive/2008-11>.

²⁰⁵ Questa figura esiste anche nel mondo dell’editoria e in quello della musica ed è nota con il nome di *ghost writer*: si tratta di autori professionisti pagati per scrivere libri (biografie, romanzi, saggi), articoli, o composizioni musicali (colonne sonore, ma anche musica classica, country, hip-hop), che sono ufficialmente attribuiti ad un’altra persona, in genere una *celebrity*. In questo caso però sono professionisti regolarmente sotto contratto e spesso menzionati nei crediti; esistono addirittura aziende di *ghostwriting* professionali e associazioni di scrittori (in Canada e negli Stati Uniti) che hanno fissato un tariffario minimo per questa forma di scrittura “per conto terzi”.

illegale), sono ancora particolarmente in uso alcune sue varianti, che potremmo definire “soft” (non a caso nel blog dell’associazione Sact qualcuno parla di “*negri*” e “*seminegri*”): può capitare infatti che uno sceneggiatore collabori alla stesura delle linee narrative di una serie o allo sviluppo di alcuni suoi personaggi, o che riscriva in parte la sceneggiatura di un altro senza che gliene sia attribuita la paternità formale (cioè senza che compaia nei titoli di testa)²⁰⁶. Quella della scrittura “nera” si direbbe quindi una pratica connaturata al mestiere stesso dello sceneggiatore, e non soltanto un ruolo, il più basso, che egli può ricoprire.

Accanto al negro possiamo collocare il dialoghista, un ruolo limitato al solo formato della soap opera²⁰⁷: la sua mansione, come suggerisce la parola stessa, è quella di scrivere i dialoghi di una puntata da 25 minuti e cronometrarla (i tempi devono essere esatti); avrà una settimana di tempo per consegnare una versione che per lui sarà anche quella definitiva (eventuali revisioni sono compito degli *script editor*)²⁰⁸. Tecnicamente il suo lavoro è equiparabile a quello di chi scrive una qualunque puntata per una serie, se non fosse per il fatto che il minutaggio è inferiore, che le scalette che vengono date ai dialoghisti per scrivere una puntata sono, come sostiene Enrico, “*delle quasi sceneggiature*” (nel senso che sono molto particolareggiate), e che non è prevista nessuna revisione dopo la prima stesura del testo. Il dialoghista non si interfaccia mai con la committenza ma ha invece rapporti (anche se puramente burocratici) con la casa di produzione. Lavora da casa (in ‘*Un posto al sole*’ ed ‘*Agrodolce*’) o in una stanza insieme agli altri dialoghisti, nella sede in cui è riunito tutto il reparto scrittura (nel caso di ‘*Cento Vetrine*’). In entrambe le situazioni è più libero nella gestione del proprio tempo di lavoro rispetto ai colleghi che occupano una posizione superiore all’interno dell’organizzazione (*story liner*, *story editor*, ecc.), ai quali è richiesta una presenza più o meno fissa in ufficio dal momento che lavorano in team. Diversamente dal negro, il dialoghista scrive quasi sempre la sua puntata da solo, non partecipa alle riunioni ideative (il cosiddetto *brainstorming* di sceneggiatura) e viene pagato a puntata o a settimana²⁰⁹.

Quello del dialoghista è, a volte anche più del negro, un ruolo bistrattato (“è il rango più vile e quello che viene per ultimo, che non decide niente” dice Alessandro): molti lo denigrano, altri ne riconoscono l’intrinseca difficoltà e la

²⁰⁶ “A parte le situazioni in cui venga chiesto espressamente di scrivere qualcosa in modo autonomo e senza apparire né in una riunione né in una fattura (poche a dire il vero e a loro modo limpide), ci sono moltissime altre situazioni in cui è difficile segnare un confine preciso tra (nell’ordine) scambio di idee, letture e commenti, collaborazione alla scrittura con materiale originale (spesso difficile da quantificare), passaggio di denaro, firma del lavoro. La domanda: esiste un criterio per decifrare queste sfumature, un criterio pratico, dico, applicabile?” (Manouche, post sul blog della S.A.C.T., 21/10/08, <http://sact-blog.blogspot.com/>).

²⁰⁷ Nonostante una puntata di sitcom abbia lo stesso minutaggio di una di soap, in quel caso nessuno definisce “dialoghista” chi sceneggia un singolo episodio.

²⁰⁸ La figura dello *script editor* (che può sdoppiarsi in *script editor* e *head-script editor*) è presente solo nella macchina creativa della soap e nella lunga serie *La squadra* che segue più o meno lo stesso iter produttivo. Si tratta di una persona che ha il compito di revisionare le sceneggiature di puntata uniformando i dialoghi degli episodi e tenendo conto delle richieste produttive (registi e altri reparti) e di quelle della rete (nella persona degli editor Rai e Mediaset); è di fatto il ponte tra il reparto scrittura e quello produttivo.

²⁰⁹ I compensi variano tra i 1.000 e i 1.200 euro (lordi) a puntata. Tutti i riferimenti ai compensi citati in questo paragrafo sono ricavati direttamente dalle interviste.

poca considerazione che gli è riservata, come argomenta questo sceneggiatore che ha lavorato come dialoghista per un breve periodo:

“i dialoghisti, la catena più bassa della scrittura... è da scemi... è proprio da scemi, cioè i dialoghisti, è gente sottopagata che tanto i dialoghi come vengono vengono [...] non rendendosi conto che l'anima, il cuore comunque delle cose, sono le persone che parlano! E se parlano un linguaggio che non sta né in cielo né in terra fa schifo tutto! Tu puoi anche far esplodere una bomba atomica ma tanto se questi dicono cose poco credibili è tutto poco credibile! Tutti sono importanti, da chi riesce a pensare le grandi trame, da chi riesce a strutturale... ma i dialoghi dio santo sono fondamentali” (Giorgio).

Seguendo questa gerarchia nemmeno troppo latente tra le diverse mansioni – strutturata, secondo Giorgio, “da scemi” dal momento che nel gradino più basso si colloca proprio chi ha il compito di dare l'anima ai personaggi e di renderli credibili – troviamo in una posizione di poco superiore, quantomeno per l'affinità di lavoro svolto, i cosiddetti sceneggiatori di puntata. Si tratta di professionisti *freelance* che possono lavorare sia sulle serie che sulle miniserie e i film-tv, con la differenza che, spesso, nel secondo caso sono autori (da soli o con pochi altri) anche del soggetto, ovvero firmano l'intero prodotto. Se invece lavorano per una serie vengono messi al corrente dagli sceneggiatori di “grado” superiore dell'intreccio dell'intera stagione e provvisti di tutto il materiale necessario per la stesura della loro puntata (la bibbia, il soggetto dell'episodio, ecc.); a quel punto hanno il compito di scrivere la scaletta e la successiva sceneggiatura della puntata, senza avere rapporti né con la rete né con la produzione (se non, anche in questo caso, di tipo contrattuale). Le richieste di revisione (normalmente da contratto sono due, una sulla scaletta ed una sulla sceneggiatura)²¹⁰ arrivano infatti allo sceneggiatore “esterno” direttamente dal capo scrittura (o dai suoi collaboratori)²¹¹. Di una serie lo stesso sceneggiatore può scrivere da una serata (cioè due episodi da 50' minuti o uno da 100') a tre o più serate, a seconda: del numero di puntate previste per quella serie; del team di scrittura e della sua organizzazione interna; dei rapporti di “amicizia” tra il capo-scrittura e lo sceneggiatore di puntata, o tra quest'ultimo e chi finanzia il progetto (l'essere un uomo di fiducia del produttore, essere supportato dalla rete, ecc.); dell'esperienza che lo sceneggiatore ha accumulato negli anni e in quella serie specifica (è naturale che arrivati alla settima-ottava stagione di una serie vengano commissionate più puntate a chi vi ha lavorato per più stagioni, e ne conosce la struttura del racconto, i personaggi, gli sviluppi, ecc.). Non cambia però il tipo di compenso tra chi scrive per la stessa serie: tutti vengono pagati a puntata, una

²¹⁰ I tempi tecnici sono più o meno standard e si sono accorciati con il tempo: fino a qualche anno fa erano previste tre settimane per la scaletta, un mese per la sceneggiatura e due settimane per la revisione; adesso invece si danno in media due settimane per la scaletta, tre per la sceneggiatura e una per la revisione. Molto meno “certi” sono invece i “tempi morti”, ovvero quelli che intercorrono ad esempio tra la consegna della scaletta e il momento in cui si ricevono le note per la revisione.

²¹¹ Non si tratta però di una regola: in alcuni casi – dipende dalla produzione, dal progetto, dalle abitudini organizzative del capo sceneggiatore – lo sceneggiatore di puntata è tenuto a presentarsi alle riunioni con la rete e la produzione insieme al capo progetto quando si discute della sua puntata.

cifra che varia a seconda delle produzioni, dai 5.000 ai 12.000 euro a episodio (quindi dai 10.000 ai 24.000 euro a serata).

Quello dello sceneggiatore di puntata è considerato un lavoro da “*prendi i soldi e scappa*” (Elena) ma proprio per questo è anche una posizione invidiata da molti. Il punto è che si tratta del ruolo in cui il professionista svolge il suo mestiere allo stato più “puro”, ovvero scrive. Non solo, il fatto di dover lavorare su poche puntate per progetto, spesso con tempi anche molto dilatati, gli permette di accumulare più serie contemporaneamente arrivando ad un guadagno di molto superiore a quello di un capo-progetto²¹², senza in più avere la responsabilità di un’intera serie, senza “affezionarsi” troppo ad un prodotto né doversi preoccupare del suo esito globale dal momento che avendone scritte poche puntate un eventuale flop (ma così anche un successo di pubblico) incidono relativamente sulle occasioni di lavoro future. Si veda al riguardo l’estratto che segue che mette a confronto la figura dello sceneggiatore *freelance* e di chi invece è a capo di un progetto seriale:

“lo sceneggiatore dovrebbe starsene a casa sua, approfittare dei vantaggi di essere sceneggiatore, cioè starsene lontano dai palazzi del potere [...] l’ideale per me per uno sceneggiatore è sempre tirarsi fuori il più possibile, almeno questa è la mia posizione attuale... io attualmente lavoro a XXXX [nome serie] con questa mia cara amica, lei è il capo progetto, e lei ha partorito due mesi fa, stava andando in sala travaglio un altro po’ e le dicevano non ci puoi abbandonare... dalla Rai... dice ‘io non è che v’abbandono, devo partorir!’... questi sono i rapporti, quando uno ha la responsabilità di un progetto diventa il referente irrinunciabile [...] però poi lo sceneggiatore che fa? si mette lì e butta tutta la sua vita su quel progetto perché non è che scrivi altro mentre stai là...” (Alessandra).

La posizione di Alessandra è piuttosto chiara: vuole non avere a che fare con troppi intermediari (“*starsene lontano dai palazzi del potere*”), stare a casa a scrivere, cosa che considera appunto uno “*dei vantaggi di essere sceneggiatore*”, almeno di quel ruolo da *freelance* di cui ho appena parlato. Diversa è la posizione dell’altra figura, introdotta dalla stessa sceneggiatrice, divenuta il ruolo chiave della più recente serialità italiana: si tratta del capo progetto, altrimenti detto, mutuandone la denominazione dall’industria produttiva della soap opera, *head writer*. Questo ruolo si è imposto proprio con il formato della serie in cui era necessario gestire un numero di puntate elevato e dare compattezza all’intero arco narrativo. Il capo progetto è infatti il coordinatore generale e il principale referente di tutte le fasi relative alla realizzazione (narrativa) di una serie; è in genere presente nel progetto fin dalla sua gestazione e le sue principali mansioni sono:

²¹² Giulia reduce da due anni in cui è stata a capo di una serie mi spiega: “*ho preso quaranta mila euro per fare l’adattamento della serie [tratta da un format straniero], venticinquemila euro a puntata per la scrittura delle prime due puntate e settanta mila euro per fare il caposcrittura di tutto... però è un lavoro che mi è costato due anni, due anni molto intensi... tu conta invece che io negli altri anni in cui facevo tre puntate di questo, due puntate di quello, il soggetto alla seconda serie di un’altra cosa, sono arrivata a fatturare quasi trecentomila euro all’anno*”.

- scrivere il soggetto di serie ovvero la bibbia (è il racconto di tutta la serie, con le psicologie dei personaggi e lo sviluppo di tutti i casi di puntata);
- coordinare il gruppo di sceneggiatori che scriveranno le singole puntate;
- tenere i rapporti con la rete e la casa di produzione, quindi partecipare alle riunioni con le due parti e riferire agli sceneggiatori le note ricevute;
- riscrivere le parti che anche dopo la revisione dello sceneggiatore di puntata *non stanno in piedi*;
- fare il cosiddetto “polish”, ovvero l’ultima pulizia delle sceneggiature, in modo che le singole puntate siano coerenti con lo spirito della serie e che tutti i “racordi” funzionino;
- riscrivere battute o parti di dialogo che gli attori doppiaranno in fase di montaggio²¹³.

A seconda della lunghezza della serie e delle abitudini organizzative della casa di produzione, il capo progetto può non essere il solo a svolgere queste mansioni: in alcuni casi i capi sono due, in altri il capo è coadiuvato da un team di scrittori interni (cioè assunti sull’intero progetto dalla casa di produzione) che avranno scritto con lui le linee della serie e che hanno il compito di fare il lavoro di revisione finale della storia (sono i cosiddetti “editor” o “story editor”)²¹⁴. Per il ruolo di leadership che il capo sceneggiatore è chiamato a svolgere in genere viene scelto uno sceneggiatore esperto, che abbia già lavorato su altre serie e abbia esperienza su come funziona la macchina produttiva: per questo, molti dei capi progetto delle serie più recenti vengono “pescati” tra le fila della soap, dove *story liner* e *head writer* di lungo corso hanno imparato a gestire un gruppo di persone numeroso, sono abituati a trattare (e quindi a mediare) con la rete e la produzione e sanno far fronte ad una mole di materiale narrativo consistente (molti personaggi, storie che si intrecciano, ecc.). Si veda il brano che segue:

“per chi proviene soprattutto dalla soap, credo almeno io, è un bagaglio di esperienza enorme, sia nelle storie ma anche nelle trattative, perché hai trattato per nove anni per cui hai imparato più o meno a dire le cose col sorriso, a metterla sempre un po’ con la battuta, insomma trovi i modi per dire le cose in modo carino, poi dipende anche un po’ dalla personalità, dal carisma che riesci ad acquisire...” (Valerio).

Il ruolo del capo progetto quindi è legato non solo alle sue capacità di sceneggiatore ma anche a doti umane normalmente non indispensabili a chi scrive una puntata: Valerio parla ad esempio di capacità di “trattare” e di saper “dire le

²¹³ La fase di scrittura del soggetto di serie e la natura delle diverse revisioni saranno approfondite nel quinto capitolo.

²¹⁴ Questo ruolo è uno dei più controversi della produzione di fiction, per una serie di ragioni differenti. Per ora risolvo quella terminologica, dal momento che con lo stesso nome si designano almeno tre figure diverse: l’editor della rete (che non è uno sceneggiatore), l’editor della casa di produzione (che può non essere uno sceneggiatore) e lo story-editor vero e proprio (che per abbreviazione viene chiamato a sua volta editor) che è sempre anche sceneggiatore. Il compito comune a tutti è la lettura delle sceneggiature e la successiva stesura delle note per gli sceneggiatori. L’editor-sceneggiatore però quasi sempre firma anche da sceneggiatore alcune puntate della sua serie (in un ruolo quindi che è superiore rispetto a quello del semplice sceneggiatore di puntata) o altri prodotti di fiction.

cose col sorriso”, in definitiva di un “*carisma*” che non ha molto a che vedere con il talento creativo ma è più legato ad un saper fare di tipo organizzativo e logistico. Vedremo più avanti come anche queste caratteristiche incidano sulla reputazione dello sceneggiatore all’interno del campo.

Inoltre, essendo impegnato a tempo pieno e per un periodo piuttosto lungo (almeno un anno), è difficile che un *head writer* possa avere il tempo per altri lavori vista la gestazione particolarmente lunga delle serie, al massimo potrà dedicarsi a sceneggiature di puntata che scriverà nei “periodi morti”, quasi per distrarsi, ovvero per non avere in testa sempre la stessa storia per due e più anni consecutivi. Spesso poi il capo-progetto scrive anche la prima e l’ultima serata della serie, per le quali sarà pagato a parte, probabilmente più degli altri sceneggiatori. Spetta infine a lui mantenere i rapporti (“diplomatici”) con l’esterno, ovvero con la rete ma anche con il regista:

“c’è una quadruplicazione nel senso che i tre editor delle prime tre serie sono stati promossi a headwriter e sostanzialmente mi affiancano però siccome io sono un primus inter pares, nel senso che sono ahimè più anziano di loro, con esperienza maggiore rispetto alla loro da un punto di vista complessivo, perché in XXXX [nome serie] loro sono più esperti, però per tutto il resto del lavoro io c’ho più esperienza... quindi io sarò diciamo il ministro degli esteri di questa specie di Repubblica, perché appunto andrò io a parlare con Mediaset. [...Quindi] gli editor stavolta sono anche headwriter” (Roberto).

Come per lo sceneggiatore di miniserie e film-tv il compenso è pattuito a seconda dello sceneggiatore: mentre per il primo a pesare maggiormente sulla cifra è il suo “nome” (“*io adesso, in questo momento, per un pezzo secco da 100 minuti non prendo meno di € 120.000*” mi dice Federico), nel secondo caso molto dipende da fattori esogeni e comunque solo marginalmente legati allo status artistico del capo scrittura. Ad incidere maggiormente sono la capacità di negoziazione economica dell’agente, l’eventuale presenza di collaboratori (come co-headwriter o editor), e il tipo di serie (ad esempio se si tratta di una prima stagione o di una stagione successiva, se è un adattamento da un format straniero, ecc.).

È indubbio comunque che il sistema gerarchico della soap-opera, in parte ereditato seppur con numerose varianti dalle serie, risulta più strutturato rispetto al formato della miniserie e del film-tv, dove il fatto che siano coinvolte meno persone e che il materiale narrativo da gestire sia limitato determina una meno rigida divisione dei compiti.

In sintesi, la professione dello sceneggiatore non è monolitica ma si precisa in un sottobosco di ruoli e mansioni differenti, di cui in questo paragrafo sono stati raccolti solo i principali: ne esistono infatti altri, secondari per il loro apporto reale alla sceneggiatura, e non indispensabilmente interpretati da sceneggiatori, come l’ideatore o il supervisore della serie, il battutista e il collaboratore (che nei *credits* compare con la dicitura “in associazione di” o “in collaborazione con”).

3.5.2 Modalità della scalata. Prestissimo, adagio, andante con moto, tranquillo

I ruoli che uno sceneggiatore è chiamato a svolgere e che costituiscono i tasselli del suo percorso professionale si susseguono e si combinano secondo modalità non standard: ci saranno così sceneggiatori che dopo aver fatto sporadicamente i dialoghisti e aver sceneggiato qualche puntata di prima serata si sono trovati a gestire un'intera serie (caso raro, ma presente anche tra gli intervistati), e altri che arrivati a ricoprire il ruolo più alto all'interno della catena creativa della soap si sono ritrovati, nel passaggio al *prime time*, in una condizione addirittura inferiore rispetto a quella originale di entrata. In questa sezione ho cercato di individuare i percorsi più comuni, sulla base del tipo di attività progressivamente svolta e della "rapidità" o viceversa della "lentezza" del movimento che ha separato una posizione dall'altra, e i "periodi" che scandiscono la carriera di ogni sceneggiatore, quali le grandi sfacchinate, le "secche", le pause di riflessione.

Come suggerisce il titolo di questa sezione, la carriera di uno sceneggiatore televisivo può avvenire secondo quattro modalità: *prestissimo*, *adagio*, *andante con moto*, *tranquillo*. Pur non sapendo nulla di tempi musicali, mi pare che questi quattro movimenti rendano bene l'andamento dei quattro stili di carriera, che andrò a considerare.

Un primo gruppo di sceneggiatori – quelli della modalità *prestissimo* – si è trovato quindi a vivere un movimento ascensionale (verso i ruoli gerarchicamente più elevati) e centrifugo (verso il *core* del campo) a dir poco fulmineo: in genere, si tratta di coloro che sono entrati tardivamente nell'arena professionale televisiva, provenendo da mestieri in cui non solo avevano già avuto una discreta "fortuna" ma anche avevano accumulato un bagaglio culturale (e narrativo) denso. Questi sceneggiatori riconoscono di non essere passati attraverso la cosiddetta "gavetta", almeno nel campo di attuale afferenza, ma di essersi ritrovati presto, a volte già con il primo contratto, in una posizione di innegabile vantaggio. Moulin [1967: 343] individua anche tra i pittori del secolo scorso carriere (commerciali) accelerate di questo tipo e sostiene che fossero artificialmente confezionate da scaltri *managers*. Nel nostro caso, come in quello descritto dal sociologo francese, il capitale economico di questi *enfant prodige* della sceneggiatura cresce più rapidamente di quello simbolico e il successo di audience precede spesso quello tributato dai pari; al contrario invece non sembra esserci una premeditata operazione di lancio (ovvero un successo personale costruito a tavolino), ma piuttosto l'azione, per lo più congiunta, di altri due fattori: (1) un "gatekeeper" accreditato che può essere un produttore o un collega già affermato; (2) un prodotto che ha avuto un grande successo e che ha fatto circolare nell'ambiente professionale il nome dello sceneggiatore che l'ha firmato.

Il primo caso è proprio di chi ha goduto fin da subito della simpatia e della fiducia accordatagli da un produttore al quale è stato legato per anni oppure di chi ha beneficiato della sponsorizzazione di un collega-maestro accreditato, con cui ha lavorato fianco a fianco su prodotti di prestigio o che gli ha affidato progetti a cui non aveva tempo di dedicarsi. Nel secondo caso, invece, meno frequente, è un indiscusso favore da parte del pubblico a consacrare l'artista e a conferirgli un

marchio (quello del prodotto di successo) che gli apre rapidamente molte porte, come racconta di seguito Roberto:

“la mia fortuna, me ne rendo conto, è stata che ho cominciato con una delle cose più belle della televisione italiana, e vivo un po’ di rendita ancora di questo... all’ennesima replica fanno ancora quel 20% [di share] di base che è una cosa pazzesca” (Roberto).

È proprio il fatto di diventare conosciuto all’interno del campo come “quello che ha scritto...” (“una delle cose più belle della televisione italiana”) o “quello che lavora con” (uno sceneggiatore o un produttore noti) che consente per qualche anno di vivere “di rendita”. Si badi bene: vivere di rendita non è da intendersi in senso letterale ed economico, ovvero che lo sceneggiatore se ne sta in panciaolte godendosi i lauti guadagni di quell’unico successo. Anzi: in genere a questi inizi dirompenti seguono periodi di lavoro incessante. Questi sceneggiatori vivono di rendita in termini di riconoscibilità all’interno del campo, nel senso che la loro carriera si stabilizza da subito su alti livelli, sia per il tipo di progetti che vengono loro affidati (ad alto budget e con elevate aspettative di *share*) che per il numero di lavori firmati. Il lato B di questa luminosa medaglia è dato dalla difficoltà di rinnovarsi. Chi ad esempio si è imposto all’attenzione degli addetti ai lavori con miniserie evento scritte insieme ad una grande firma fatica a misurarsi su altri formati più “televisivi” (come le serie); chi ha trovato fortuna con un genere (il poliziesco, la commedia romantica, ecc.) continua ad essere chiamato per scrivere storie dello stesso tenore; chi ha iniziato a lavorare stabilmente per un produttore fatterà a “sganciarsene”. Il racconto che segue mette ben in luce questo aspetto:

“io poi ho sempre cercato di andare via da XXXX [nome produttore], da dopo XXXX [nome serie] in poi il mio obiettivo era andare via da lui [...] però ero entrato in un meccanismo per il quale appunto: finiva una cosa me ne proponeva un’altra, finiva una cosa me ne proponeva un’altra... però sempre dello stesso genere, capito?! E per 7-8 mesi ci sono riuscito: poi mi aveva richiamato per riscrivere le sceneggiature di XXXX [nome miniserie], [...] e quello mi piaceva di più, intanto perché era una miniserie, c’aveva un altro passo, poi mi interessava il legame diciamo con l’attualità [...] e poi si trattava di lavorare con XXXX [nome di un giornalista] che conoscevo e col quale mi trovavo bene, per cui ho riscritto quelle due sceneggiature... e da lì ero di nuovo nel gorgo! [...]. In realtà mi sono promesso tante volte di non fare le cose, invece ho continuato a lavorarci fino a ieri praticamente, cioè 10 giorni fa sono cominciate le riprese dell’ultima cosa che gli ho scritto... ora non ho più contratti con lui e mi sta proponendo di tutto, quanto di più improbabile!” (Sergio).

Sergio rimarca chiaramente il suo desiderio di sperimentazione: da un lato, vorrebbe non scrivere cose “sempre dello stesso genere” e, dall’altro, vorrebbe uscire dal “gorgo” di un rapporto quasi esclusivo con un unico produttore. Se il desiderio del primo tipo sembra essere stato esaudito al punto che ormai gli viene offerto di fare “di tutto”, il secondo risulta di più difficile realizzazione. Direi che mentre il suo nome non è più legato ad un solo tipo di prodotto avendo

consolidato la sua posizione di professionista a tutto tondo nel campo, lo sceneggiatore “prodigio” non si sgancia mai definitivamente dal suo primo e principale *fan*, produttore o sceneggiatore senior che sia, ma continua a collaborarci con un potere contrattuale e una libertà creativa superiori (rispetto al primo) o instaurando un rapporto più paritario (con il secondo).

L’andatura più diffusa presso questa categoria professionale è però quella dell’*adagio*²¹⁵ per cui la carriera dello sceneggiatore sale in modo progressivo fino a raggiungere un punto in cui la fama (attribuita dall’esterno) e la reputazione (costruita all’interno) si equivalgono. Se la svolta decisiva degli sceneggiatori del primo tipo è collocata all’inizio della carriera, coloro che invece provengono da una gavetta più o meno lunga (come sceneggiatori di puntata) individuano IL vero salto più avanti. Questo momento coincide con l’affidamento di un ruolo prestigioso (come l’editor o il capo progetto di una serie), o con il passaggio ad un altro mezzo di comunicazione (la letteratura o il cinema), o con la conoscenza sul campo di uno *sponsor* che si rivela decisivo per la carriera (“*a quel punto arrivò il mio salvatore, chiamiamolo così, che ha un nome e un cognome: si chiama XXXX [nome produttore]*” ammette Riccardo). Se la promozione di ruolo porta lo sceneggiatore ad inserirsi in una sorta di mercato a parte, quello degli *head writer* e degli editor, che “*sai che ti porteranno a casa una serie*” (Andrea), cioè che sono in grado di tenere le redini di un progetto e non solo di scrivere la puntata assegnata, il meccanismo della conoscenza ha su questo secondo tipo di carriere lo stesso effetto dirompente e le medesime ripercussioni che ho più sopra esposte. Consideriamo a tal proposito il racconto di Riccardo:

“ora sono entrato in quel furioso mercato degli sceneggiatori che è un po’ diverso, cioè è un mercato in cui [...] ti ritrovi un po’ a dover, vedi mille produzioni, prendi un accordo lì, una proposta lì, [...] cioè si frammenta il lavoro, diciamo. [...] Adesso sono in quella fase in cui devo cercare lavoro per capire cosa farò, a cui sono poco abituato perché sono stato per sei anni abituato che il problema era come liberarmi dal lavoro, non cercarlo! Però non tornerei indietro: XXXX [nome produttore] mi ha chiesto di ritornare, di rientrare, di rimanere in varie forme... Non lo farei in questo momento, ecco! Perché dall’altra parte c’hai l’insicurezza [...] ma] fai esperienze nuove, vedi facce nuove, hai una libertà... diciamo che hai la libertà di dire posso provare” (Riccardo).

Come prima Sergio anche Riccardo si è trovato per un tempo prolungato (sei anni, che per chi fa questo mestiere sono “una vita”) a lavorare con lo stesso produttore (al quale era legato il suo avanzamento di carriera) e nella condizione di doversi “*liberare dal lavoro*”; ma diversamente da Sergio una volta presa la decisione di intraprendere una nuova strada (ributtarsi nel mercato “*furioso*” dei *freelance*) non ha più fatto marcia indietro. Sono portata a pensare che questo sia in parte avvenuto per la diversità delle due traiettorie: il fatto di aver raggiunto gradualmente una posizione centrale, in parallelo ad una maturità professionale,

²¹⁵ «La carriera lenta, senza dubbio più sana, in cui la scalata (*montée de la cote*) è progressiva e accompagna senza distorsioni le tappe della carriera degli onori» [Moulin, 1967: 343].

ha consentito a Riccardo di non rimanere intrappolato nella morsa della gratitudine e di assecondare *in toto* il suo bisogno di sperimentare nuove rotte, capitalizzando l'esperienza maturata e ritornando a misurarsi con un mercato a cui era già stato socializzato (prima del salto di carriera presso la casa di produzione). Sergio invece sembra in parte aver pagato la sua immediata consacrazione e la mancata socializzazione iniziale alle insidie del campo (contratti brevi, tempi morti, referenti diversi, ecc.) con un pegno di fedeltà nei confronti del suo principale sponsor da cui riesce a svincolarsi solo ad intermittenza.

Oltre a chi ha vissuto traiettorie ascendenti rapidissime e a chi dopo una lunga gavetta *"ha svoltato"* (Mario), c'è anche chi registra un andamento *up & down* nella propria linea di carriera con movimenti di avanzamento e successiva retrocessione rispetto alle posizioni centrali del campo. Nella modalità *andante con moto*, gli sceneggiatori alternano momenti in cui si sentono in crescita, fatti di nuovi lavori, nuove mansioni, conferme positive dal campo, ad altri di stallo o addirittura di declino, in cui sono costretti ad accettare lavori che rappresentano un passo indietro rispetto alla posizione precedentemente occupata. La storia di Filippo è emblematica al riguardo: dopo diverse esperienze soprattutto nell'ambito della lunga serialità, viene allontanato – *"per problemi personali"* – dalla casa di produzione per cui lavorava e ritorna nella sua città natale (*"per sei mesi, ho mollato il lavoro, non volevo più saper niente del lavoro"*); una volta rientrato a Roma – perché sentiva *"sia il bisogno ma anche la capacità di tornare a fare questo lavoro"* – Filippo recupera i suoi vecchi contatti e riparte, non senza difficoltà, come spiega di seguito:

"è stato molto lungo e faticoso perché ho ripreso anche a fare cose che non volevo più fare, dialoghi per delle fiction sparse... dialoghi e non sceneggiature [...] io ero tornato anche grazie al fatto che avevo un contratto per due sceneggiature per XXXX [nome serie] da fare insieme ad un mio amico, però per me era l'occasione per provare a riprendermi" (Filippo).

Questi movimenti di ascesa e ricaduta si verificano difficilmente tra coloro che occupano già una posizione piuttosto alta, mentre sono caratteristici di chi, nonostante una carriera ormai decennale, non è mai riuscito a raggiungere una condizione di, seppur incerta, "intoccabilità": così chi è stato editor per qualche serie "minore" (cioè su cui la rete ha investito poco in termini economici e di aspettative) può tornare a scrivere i dialoghi di soap opera, o chi ha firmato sceneggiature di puntata può tornare a fare il "negro"²¹⁶.

In questo gruppo altalenante vanno inseriti a mio avviso anche coloro che provengono dal percorso della soap opera. Se consideriamo infatti la carriera verticale interna al solo formato della lunga serialità potremmo affermare che si tratta del sottomondo professionale in cui tutto avviene più in fretta, e secondo modalità di ascesa piuttosto standardizzate: sono entrati nel campo mediamente ad un'età più bassa rispetto agli altri sceneggiatori, hanno iniziato a guadagnare fin da subito cifre alte se paragonate a quelle di un giovane neolaureato (o diplomato)

²¹⁶ *"Mi è stato proposto di tornare ad esserlo appena un anno fa. Perché la bravura andava ancora bene, ma il nome non più. Insomma, esistono anche – come gli analfabeti – i ghost di ritorno"* (in trincea, post sul blog della S.A.C.T., 20/10/08, <http://sact-blog.blogspot.com/>).

che entra nel mondo del lavoro, e sono passati in un tempo relativamente breve dal livello più basso (dialoghista) ai più alti (*story liner* ed *head writer*)²¹⁷. Ma se si considera nel complesso la carriera di chi è cresciuto nella fabbrica creativa della soap opera il discorso si ribalta: passare al seriale di prima serata significa spesso ricominciare da capo, fare l'ombra di sceneggiatori più affermati, scrivere episodi di puntata, occuparsi dell'editing, e poi nuovamente (spesso ancora in tempi brevi, ovvero nel giro di qualche anno) arrivare a ricoprire altri ruoli elevati. In qualche modo è come se si trattasse di due sotto-mondi separati, da una parte la soap opera dall'altra il resto della fiction televisiva, al punto che chi esce dal primo per entrare nel secondo è consapevole di dover ripartire quasi da zero: facendosi nuovi contatti, conquistando la fiducia di nuovi interlocutori, e scrollandosi di dosso quella "stigmat" [Goffman, 1975] che è la "*puzza di soap*" (Alessandra). Approfondirò nel quarto capitolo le modalità attraverso cui questi sceneggiatori riescono a spostarsi sulla nuova linea di carriera riconvertendo le "stigmat soap-operaie" in quel capitale specifico richiesto ad un buon capo progetto, di cui ho più sopra detto (la capacità di mediare, di gestire il team di scrittura, il carisma).

Diverso infine è il destino di chi ha proceduto in modo piuttosto regolare senza troppi scossoni e con piccolissimi, quasi impercettibili, scatti di carriera. Questo tipo di traiettoria (*tranquilla*) è propria di quelli che potremmo definire i "medianti" della sceneggiatura, che rivestono cioè stabilmente il ruolo dello sceneggiatore di puntata. Lo stesso Becker registra la presenza all'interno dei mondi dell'arte di "mediocri" lavoratori che possiedono i "trucchi del mestiere" – ovvero «l'abilità tecnica, le qualità sociali e il bagaglio concettuale necessari per produrre arte con facilità» [1982: 248] – ma non sono "ispirati" o mancano di capitale sociale per poter avere accesso a posizioni più centrali. Questi sceneggiatori, quintessenza del "professionista integrato", sono altresì indispensabili per reggere i ritmi produttivi di un sistema che stagione dopo stagione è arrivato a sfornare più di 800 ore di prodotto inedito. E al di là delle doti individuali e del network di conoscenze c'è anche chi abita questa posizione per scelta: sono quei "*veterani che però non hanno mai voluto crescere nel senso di fare il capo scrittura, proprio perché è un lavoro pesante e faticoso che spesso esula dalla scrittura*" (Elena). Questa situazione, dello sceneggiatore che non aspira alle luci della ribalta e ai ruoli più prestigiosi, ricorda molto da vicino quella dei musicisti studiati da Faulkner [1973: 347]. Questi artisti, occupati in un'orchestra "minore" (cioè non una delle cosiddette "Big Five"), non si sarebbero spostati da questa posizione anche se ne avessero avuto l'opportunità: indipendentemente dal tipo di carriera che aveva preceduto l'approdo a questo *step* del loro vissuto occupazionale, gli orchestrali individuavano una serie di benefici, risultato di un adattamento interiorizzato al ruolo assunto, a giustificazione di questa propensione all'immobilità. Entrambi i gruppi di professionisti sono infatti "bloccati" in una posizione di rilassata stabilità, corrispondente ad un abbassamento delle aspirazioni di carriera e ad una sorta di auto-limitazione artistica [Goffman, 1952], che giustificano e difendono

²¹⁷ L'iter di carriera, pur nella regolarità di posizioni standardizzate, può variare sia per quanto riguarda gli ingressi (alcuni hanno saltato la fase del dialoghista) sia, soprattutto, per la velocità di avanzamento [Becker e Strauss, 1956: 255].

sottolineandone gli irrinunciabili vantaggi: si sentono sollevati dalle pressioni e dai rischi che contraddistinguono le traiettorie occupazionali di chi mira al *core*; apprezzano le modalità lavorative proprie della posizione che occupano (nel nostro caso ad esempio il fatto di poter lavorare da casa, in totale solitudine e assoluta libertà) [Cfr. Jouvenet, 2007: 154]; traggono beneficio dall'aver spostato l'investimento personale dalla sfera lavorativa a quella privata (i riferimenti in questo senso sono i più vari: dalla lettura alla pittura, dal tempo dedicato agli amici all'attenzione riservata al proprio progetto affettivo, fino al tempo ritrovato per dipingere e sistemare casa).

Se l'andamento delle traiettorie occupazionali è variabile all'interno del campo e segue principalmente le modalità fin qui esposte, ciascuna carriera sembra segnata da tre momenti cruciali: il super-lavoro, le "*secche paurose*" (Raffaella), e le pause di riflessione altrimenti dette "*crisi dello sceneggiatore*" (Marta). Questi eventi, che possono verificarsi a qualunque *step*, con tempistiche e risvolti diversi, a cadenza regolare o solo una volta nel corso della carriera, sono trasversali alle biografie lavorative raccolte, tanto che possiamo a buon diritto annoverarli tra i tratti tipici della professione, alla voce "insicurezza artistica" [Menger, 2005].

Consideriamoli brevemente uno per volta. I momenti di super-lavoro corrispondono in genere ai periodi in cui lo sceneggiatore è in una fase di transizione verso una posizione più centrale del campo: la condizione del passaggio di status, la percezione che la propria carriera è proiettata ad un miglior posizionamento e insieme l'ansia di dimostrare il proprio valore professionale (e quindi che la "promozione" è meritata) rendono l'artista incapace di rifiutare un qualsivoglia incarico che favorisca il salto di carriera. Dal momento che l'atteggiamento più comune è quello dell'accumulo (quasi spropositato) di lavoro al punto da "*dover veramente lavorare la notte*" (Giulia), il rischio è che il periodo fortunato si trasformi in un vero e proprio incubo. La strategia "*di arraffare più lavori possibile*" (Lucrezia) è figlia dell'insicurezza perché è dettata dalla paura di non essere più, domani, sulla cresta dell'onda ("*a conti fatti visti dei periodi in cui non lavori è meglio che metti via qualcosa*" sostiene infatti Guido che pure ammette di aver "*preso anche lavori che si sovrapponevano; per un certo periodo è andato bene, alla fine non ce la facevo più, ero stanco, non avevo più entusiasmo!*"). E in parte si tratta di una paura giustificata se l'altro momento che scandisce la carriera di uno sceneggiatore televisivo sono le "*secche*" in cui non ha nessun lavoro per le mani: queste "*interruzioni drammatiche*" (Raffaella) sono tipiche dei percorsi iniziati con una lunga gavetta e caratterizzano quindi i primi anni successivi all'ingresso nel campo; per gli altri avvengono invece in concomitanza a screzi o frizioni più che ad insuccessi in termini di audience. Detto altrimenti, è quando solidi rapporti di fiducia si incrinano che lo sceneggiatore, anche il più affermato, si trova a fare i conti con un sistema più ostile e il lavoro inizia a latitare: stare antipatico a qualcuno, farsi dei nemici, entrare nel libro nero della Rai ("*ma io sai ne ho conosciuti tanti, spesso fai un nome e dici 'io vorrei far scrivere una sceneggiatura a questo' 'eh ma questo è un rompicoglioni, sta sempre a discutere!'*" spiega Giulia), queste sono le principali motivazioni che gli intervistati adducono quando ricordano periodi, durati anche qualche anno, passati "*senza fare N-I-E-N-T-E, vivendo come si poteva*" (Elena).

Se questi due momenti salienti nel percorso biografico di ciascuno sceneggiatore sono entrambi in qualche modo ascrivibili al suo capitale sociale (in rialzo o viceversa in ribasso), le crisi professionali, spesso accompagnate da momenti di pausa voluta dal lavoro (decisamente più brevi rispetto alle “secche”), sono invece ascrivibili al percorso umano dell’artista, alle sue paure, angosce e insicurezze più intime. Le parole di Enzo esprimono bene questa sensazione di precariato insita nella professione:

“io ho un’ansia legata a... cioè hai la sensazione di non avere niente in mano... perché infondo dici ‘ma io che so fa?’, non so costruire e cesellare questa cassapanca di legno che qualunque cosa accada la saprò fa’ sempre, certo se mi rompo le mani no! Ma questa cosa così immateriale che non ha nessuna oggettività, perché non ha nessuna qualità oggettiva quello che faccio, può svanire, mi può svanire tra le mani perché è talmente inconsistente... qual è il mio valore?” (Enzo).

In questo estratto sono condensati i grandi dubbi esistenziali del mestiere: il domandarsi quali sono le proprie capacità reali (“*io che so fa?*”), il percepire l’evanescenza di un lavoro che produce un oggetto “*immateriale*” e “*inconsistente*”, la paura di non saper più scrivere. Considerazioni di questo tipo sono comuni alla categoria indipendentemente dall’età, dal ruolo svolto, dal livello di consacrazione e si palesano in modo casuale durante il percorso, senza un apparente nesso con il periodo che si sta vivendo, ma con il generalizzato effetto di stare “*imbambolato per un po’*” (Alberto).

Concludendo, i cambi di posizione all’interno del nostro campo artistico, da intendersi anche come passaggi di status, pur avvenendo in tempi più brevi rispetto a quanto accade in percorsi di carriera più istituzionalizzati, si caratterizzano per andature differenti (ne ho indicate quattro) e sono cadenzati da momenti di insicurezza lavorativa ed esistenziale. Ad incidere in modo vistoso, sia sulle prime che sui secondi, è la rete di conoscenze sviluppata all’interno del campo: i contatti e i rapporti privilegiati possono infatti funzionare sia da catalizzatori che da freni, accelerando da un lato l’avanzamento dello sceneggiatore verso le posizioni centrali del campo e l’acquisizione di uno status riconosciuto (sia tra i pari che all’esterno), e inibendo dall’altro la sua pulsione al cambiamento o costringendolo a brusche battute d’arresto o arretramenti di posizione.

3.5.3. Nuove porte, nuovi mondi

Nel tracciare le carriere occupazionali non si può non tenere conto dell’esistenza di scale i cui primi gradini si trovano all’interno del campo per poi spostarsi al suo esterno ed, eventualmente, rientrarvi. Detto altrimenti, ad ingressi “liquidi” corrispondono uscite altrettante “liquide”: le stesse porte da cui si è avuto accesso al campo sono disponibili per un’uscita (temporanea o permanente), ovvero per l’approdo in altri campi, che possono essere gli stessi da cui si è avuto accesso al mondo televisivo o diversi. Questo significa che allo schema dei mondi comunicanti all’ingresso proposto al paragrafo 3.3.1, potremmo aggiungere

altrettante frecce che vanno verso la direzione opposta: nella prospettiva di mondi dell'arte come vasi comunicanti, in questa sezione mi propongo dunque di considerare l'esercizio di mestieri differenti da quello di sceneggiatore televisivo e la valenza di questo esercizio in termini di identità, auto-rappresentazione e reputazione dello sceneggiatore.

La precarietà dell'impiego, attributo di lungo corso delle professioni artistiche [Freidson, 1986], che conferisce all'artista stesso lo statuto di "intermittente" [Menger, 2003; Jouvenet, 2007] con salario (e impiego) discontinui, è infatti entrata nell'agenda di studio di sociologi ed economisti interessati ad approfondire le situazioni di accumulo di più mestieri, e non solo di più progetti. Bureau e Shapiro [2009] distinguono a tal proposito tre diverse nozioni con cui definiscono altrettante modalità lavorative in chiave combinatoria messe in atto nel dominio artistico e culturale [Pilmis, 2007]: (a) la polivalenza ovvero «l'esercizio di più mestieri all'interno dello stesso collettivo di lavoro» [Bureau e Shapiro, 2009: 19]; (b) la "poliattività" da intendersi come l'accumulo di più attività in campi distinti; (c) la "pluriattività" che è «l'esercizio di più mestieri all'interno dello stesso campo di attività» [*ibidem*: 20]²¹⁸. Riprendendo questa classificazione che, come suggeriscono le stesse sociologhe, non è da considerarsi come una griglia rigida data la fluidità stessa di campi e mestieri e delle relative definizioni, direi che le tre forme di "più-attività" caratterizzano anche i destini biografici dei nostri intervistati.

Esempi di polivalenza sono dati da tutte quelle situazioni in cui all'interno dello stesso progetto o di una organizzazione (la casa di produzione) lo sceneggiatore svolge più mansioni: si tratta di situazioni che rientrano nella "normalità" della professione, tipiche sia della gestione artigianale (dove lo sceneggiatore fa tutto: scrive il trattamento, la sceneggiatura, fa l'editing, parla col regista, ecc.) sia di quella industriale (l'*head writer* di un progetto e l'editor interno alla casa di produzione ne sono anche sceneggiatori di puntata).

Più complesso è il discriminare tra "poliattività" e "pluriattività" perché la questione ha qui a che vedere con l'identità stessa dell'artista, con le sue prospettive di remunerazione e di carriera, con il campo a cui sente di appartenere (quello della televisione? Quello dello spettacolo? Quello della scrittura professionale?). Ritengo che i casi indiscutibilmente collocabili nel primo dei due tipi (più mestieri in campi diversi) siano quelli in cui per motivi economici il lavoro artistico si combina ad attività di sussistenza esterne (come il venditore di decoder) o a mansioni tecniche nel mondo produttivo (ad esempio il montatore di video musicali o vari incarichi di "manovalanza" sul set): queste attività rispondono esclusivamente a degli "imperativi alimentari" [Rannou e Roharik, 2009: 113] e vi fanno principalmente ricorso i giovani neo-entranti.

Parallelamente, un esempio frequente di pluri-attività è dato dall'insegnamento: pur trattandosi di due professioni distinte, il fatto che lo sceneggiatore sia chiamato a fare didattica in virtù del suo vissuto professionale e insegni per lo più tecniche di sceneggiatura, fa ricadere le due professioni nello stesso campo di attività, in un'ottica di continuità tra *saper fare* e *sapere* [Moulin, 1983]. In modo analogo ad altri artisti, come musicisti, pittori e scrittori, la via

²¹⁸ Le autrici si sono ispirate alle definizioni proposte da J. Rannou e I. Roharik, *Les danseurs, un métier d'engagement*, Paris, La Documentation française, 2006.

parallela dell'insegnamento può costituire sia una professione "cuscinetto" da farsi nei periodi di mancanza di lavoro [Bellini, 2009: 233] sia un surplus richiesto ai "soliti noti" che occupano i gradini più alti della piramide professionale e che conducono poche lezioni (a volte una sola), restituendo agli allievi «un accesso di qualche ora agli elementi intangibili della loro singolarità» [Perrenoud, 2009: 89]. Secondo Prandstraller [1977: 37] il metodo di appoggiarsi ad una professione pratica, largamente in uso tra le professioni intellettuali, sarebbe infatti un modo sia per garantirsi una sicurezza economica che per «sentirsi psicologicamente coinvolti nel tessuto organico della società» [Prandstraller, 1977: 37].

Casi liminali tra pluri-attività e poli-attività sono invece propri di tutti coloro che lavorano contemporaneamente su più mezzi (il cinema e la televisione, il teatro e la televisione, la narrativa e la televisione, ecc.) o svolgendo attività artistiche diverse (il regista e lo sceneggiatore, l'attore e lo sceneggiatore, il produttore e lo sceneggiatore, ecc.). Diversamente dal caso dell'insegnamento, tendo a considerare questi esempi più vicini alla "poli-attività" perché tale ne è la percezione presso gli intervistati: scrivere (anche) per il cinema, per il teatro, o come scrittore di narrativa rappresenta per gli sceneggiatori uno spostamento (seppur temporaneo) su un altro campo della produzione di cultura, un confronto con "regole del gioco" e modalità lavorative differenti.

Un'ulteriore considerazione può essere fatta sulle attività collaterali alla carriera di sceneggiatore televisivo: possono essere precedenti all'attuale posizione occupata; oppure possono essere ad essa contingenti, proprie tra i nostri intervistati di chi non ha mai fatto parte in modo stabile del campo televisivo ma continua a muoversi su più campi o di chi ha intrapreso una nuova strada, per lo più cinematografica o letteraria, mantenendo (ma rallentando di molto) l'attività televisiva grazie alla quale si è fatto un nome (oltre che un discreto conto in banca). La prima situazione rientra nel caso classico di attività artistica multipla in cui per mantenersi e insieme per farsi conoscere nell'ambiente l'artista si è triangolato tra più situazioni lavorative: è ciò che Perrenoud [2009] definisce con il termine «*faire le métier*» (indicativamente la nostra gavetta) in cui l'accumulo di esperienze anche molto diverse tra loro contribuisce al consolidamento di un'identità lavorativa in cui trova una giustificazione anche «tutta l'ambiguità che risulta dal passaggio da un dispositivo all'altro» [*ibidem*: 87]. Le situazioni del secondo tipo invece, quelle in cui lo sceneggiatore televisivo è a tutt'oggi impegnato su più campi, ci restituiscono due atteggiamenti antitetici, esemplificati dai brani che seguono:

“io quello che scrivo lo scrivo per il teatro... il resto è lavoro... la televisione, e tutte le robbe commerciali le scrivo per vivere... io mi sto comprando una casa adesso che non avevo, con che pensi che me la sono comprata? Sicuramente non me la sono comprata con i soldi del mio spettacolo teatrale sull'andrangheta... poi c'ho avuto culo che XXXX [spettacolo teatrale] è stato in giro per l'Italia per tre anni e anche lì ho potuto, miracolo!, guadagnare del denaro facendo una cosa che mi piace, però se io facevo solo quella cosa lì non riuscivo a guadagnare abbastanza, e questo è il ricatto...” (Davide).

“all'inizio [la televisione] la facevo per magnà; adesso negli ultimi tre o quattro anni ho fatto quelle che mi piacevano, ho accettato soltanto se mi

piaceva il formato, mi piaceva il regista, perché comunque da magnà in questo momento me lo dà il cinema, quindi la televisione è un di più che anzi rischia di ingolfarti la vita e quindi l'ho fatto quando il progetto era bello, stimolante, oppure quando lavoravi con degli amici oppure quest'anno che ne so mi è capitata questa serie da fare con XXXX [nome regista] che io ho sempre amato in questi vent'anni, l'occasione di lavorare insieme, in una fase curiosa in cui lui per ora non sta facendo cinema, io lo sto facendo e lui sta facendo televisione, trovare questa sinergia mi è piaciuto, mi piacerà molto" (Federico).

Il primo estratto è indubbiamente il più rappresentativo della situazione dello sceneggiatore televisivo multi-attivo. Davide distingue ciò che “è lavoro”, ovvero quello che scrive “*per vivere*” e per comprarsi casa, da ciò che realmente gli piace fare in cui esprime il proprio statuto d'artista e su cui costruisce la propria identità sociale. In questo caso quindi c'è una dichiarazione di «*désaffiliation*» [Macaire, 2009: 169], di presa di distanza dalla categoria dello sceneggiatore televisivo espressa nei termini di un “ricatto” (l'arte per l'arte non dà da vivere a sufficienza, mentre quella commerciale *tenta* l'artista con cachet da capogiro). Nel caso di Federico, invece, la situazione sembra capovolgersi perché il mezzo televisivo diventa una sorta di isola felice a cui si approda (si fa ritorno) non per denaro ma per piacere: è solo nel momento in cui lo sceneggiatore è ampiamente riconosciuto anche al di fuori del campo televisivo (si è ad esempio affermato in quello cinematografico) che la televisione si può fare *per sfizio* (per lavorare con gli amici o per l'interesse rispetto ad un progetto).

In generale comunque mi pare che la seconda carriera, quella extratelevisiva, abbia per la nostra categoria una valenza diversa rispetto a quella che riveste per altri “cultural workers”, dal momento che non si fa un secondo lavoro per riuscire a mantenere quello principale che non paga abbastanza, ma per fare qualcosa che dia maggiori stimoli autoriali. Emblematico è il caso di chi lavora in una soap opera come ‘*Cento Vetrine*’ dove la totale trasparenza dei rapporti nel reparto scrittura ha fatto sì che negli anni chi voleva lavorare ad altri progetti, di qualunque tipo,

“di solito è venuto, lo ha detto, ha preso un tempo, si è preso un mese due mesi, quello che serviva, lo ha fatto ed è tornato, tornando anche meglio, rinvigorito, rimotivato, con la testa più fresca” (Enrico).

La molteplicità delle attività è quindi una pratica che lo sceneggiatore non subisce ma cerca e fortemente vuole: come sottolinea Enrico, ad esempio, prendersi una pausa dal lavoro creativo altamente strutturato della soap opera può essere positivo, perché l'allontanamento temporaneo dà nuova linfa al singolo che “*torna anche meglio*”, portando cioè all'interno del gruppo di lavoro originario l'energia di cui ha beneficiato nel periodo di lontananza.

I mondi altri rispetto a quello televisivo, visitati e temporaneamente abitati dagli intervistati, costituiscono in conclusione un elemento fondante l'identità professionale dell'artista e, in quanto «pratica di sperimentazione [...] che si gioca alla frontiera di differenti mestieri e competenze» [Corsani e Lazzarato, 2009: 44], la pluralità dell'attività artistica finisce quasi per risolversi in una “visione

militante” del mestiere [Bureau e Shapiro, 2009: 25]. In altri termini, lo sceneggiatore sospeso tra più campi è portatore di una precisa identità professionale: quella dell’artista che sfoga la sua vena creativa, in prodotti culturali a circolazione limitata, e insieme soddisfa il desiderio più venale di una vita agiata, scrivendo storie commerciali per una distribuzione di massa.

3.5.4. *Farsi una reputazione: parametri valutativi del mondo professionale*

Finora abbiamo parlato di traiettorie di carriera interne al campo (con le relative “deviazioni” verso l’esterno) e di posizioni occupate soprattutto rispetto al ruolo ricoperto dal singolo sceneggiatore; ma abbiamo anche visto come le dinamiche di *sponsorship* e i rapporti di *networking* (che saranno analizzati in particolare nel prossimo capitolo) siano determinanti sia per avere accesso al campo sia per migliorare e/o mantenere la posizione al suo interno. Ora, tessere intorno a sé una rete di rapporti virtuosi significa conquistare la fiducia e meritare la stima e il rispetto degli *insider* che riconosceranno a quell’attore sociale un “valore” sulla base di alcune caratteristiche specifiche (se si vuole, qualità o talenti) di cui è dotato. Su quel valore si fonda la sua reputazione e di conseguenza l’onore che il campo gli tributa. Abbiamo ancora una volta a che fare, quindi, con un fatto posizionale. Jones [1996] ad esempio individua la costruzione della reputazione dell’artista e la successiva difesa della posizione raggiunta come due stadi precisi della carriera: scalare un campo significa non solo occupare i ruoli più importanti e strappare compensi sempre più elevati (ricompensa materiale) ma essere riconosciuti ed apprezzati all’interno del proprio mondo professionale (onore sociale). È sul secondo aspetto che intendo concentrarmi in questa sezione: cosa fa di uno sceneggiatore un *bravo* sceneggiatore? O meglio, sulla base di quali criteri la comunità occupazionale valuta i suoi appartenenti? Possiamo considerare la reputazione di uno sceneggiatore televisivo, «costruzione discorsiva» e insieme «pratica sociale» [Brighenti, 2008: 8]²¹⁹, come la risultante di quattro aspetti: il riconoscimento commerciale, l’autorialità, la padronanza delle abilità tecniche, e il possesso di qualità “relazionali”.

La prima componente della reputazione di un artista corrisponde a quello che Bourdieu definisce «principio di gerarchizzazione esterna», dato dalla «riuscita temporale» misurata sulla base del successo commerciale [1991: 7], ovvero nel nostro caso degli indici di ascolto e in seconda battuta dei premi assegnati dal pubblico televisivo²²⁰. Non mi interessa qui stabilire oggettivamente quanto un

²¹⁹ Questo per dire che reputazione ed onori in quanto *capitale* costituiscono «qualcosa di cui si gode in virtù della propria posizione sociale» e in quanto *azione* si traducono nel «comportamento che è necessario per acquisire, conservare e soprattutto riparare la posizione e lo status di onorabilità» [Brighenti, 2008: 15].

²²⁰ I premi assegnati dal pubblico a prodotti di fiction televisiva sono: il Telegatto (per la miglior fiction) assegnato dai lettori del settimanale *Tv, sorrisi e canzoni*; le Telegrolle, anche dette “Premio Saint-Vincent per la fiction italiana” (nato nel 2001 ad affiancare il “Premio Saint-Vincent per il Cinema”, uno dei più antichi premi per il cinema italiano); e riconoscimenti assegnati durante i festival dedicati alla fiction (il RomaFictionFest e il Telefilm Festival di Milano), assegnati sia dal pubblico che da una giuria di esperti e operatori del settore. Non esiste però in Italia una manifestazione che abbia la risonanza degli Emmy Awards americani,

successo in termini di audience, o viceversa un clamoroso flop, e il conferimento di premi e riconoscimenti [Levy, 1990; Blair, 2001; Street, 2005; Lincoln, 2007] incidano sulla carriera di uno sceneggiatore e sulle sue possibilità di occupazione; mi pare invece significativo considerare come questi successi vengano rielaborati nella considerazione dei pari. Se l'attribuzione del prestigio tra pari non è certo da considerarsi esente da questo metro di misurazione "esterno", è indubbio che esso ne costituisce uno degli elementi più marginali. Da un lato, infatti, l'equazione "sceneggiatore = prodotto firmato" è indispensabile per situare nello spazio sociale il collega – tanto che quando viene menzionato qualcuno che l'intervistato non conosce di nome, questi chiede immediatamente "*che ha fatto?*" –, dall'altro, il favore del pubblico non sempre viene letto in termini banalmente positivi. C'è chi sostiene che la bravura di uno sceneggiatore di fiction sia proprio quella di saper raccontare storie che piacciono alla gente, lanciando un messaggio insieme popolare e profondo, ma c'è anche chi considera il successo di pubblico, ottenuto con storie che si collocano nel *mainstream* del racconto televisivo²²¹, "facile" al punto da non implicare automaticamente la bravura di uno sceneggiatore. Riporto integralmente due riflessioni che mi sembrano portatrici di questa doppia logica:

"... lui è così, cioè è uno che riesce a fare cose belle, profonde, che però fanno un grande ascolto; uno che riesce a sopravvivere a tutte queste deviazioni e male sanità della televisione, ci sopravvive, ci sta dentro, e ciò nonostante sa fare bella roba, cioè roba profonda, roba che veramente ti intrattiene, ti diverte, ti fa un po' riflettere, e lo fa facendo ascolti, cioè quello di fare la cultura popolare, di inserirsi in questa che è una tradizione abbastanza radicata in Italia... fare cose semplici e profonde e che tanta gente vede... a volte fai cose che tanta gente vede ma che non ti sembrano molto profonde o degne da un punto di vista estetico, a volte vedi cose degne da un punto di vista estetico, belle, profonde che fanno zero ascolti. Fare tutte e due le cose insieme credo che sia essere un buon sceneggiatore!" (Giuseppe).

"lui non è un grande sceneggiatore, ha scritto credo solo cose brutte, però è un uomo di grandissima intelligenza, [...] e lui perché ha lavorato tanto? perché è molto carismatico, è un uomo che trasmette forza, è un uomo di potere nel senso migliore della parola, è un uomo che esprime autorevolezza e di cui ci si fida, è uno con il quale, benché sappia che non è il miglior sceneggiatore che ci sia, sento che può essere bello lavorare [...] poi le serie belle le fa qualcun altro! Però lui è in grado di proporre una produzione importante avendo credito, comunque è abbastanza bravo! È uno che ha fatto XXXX [nome serie] e XXXX [nome serie], cioè le più grandi produzioni della Rai che hanno avuto grande successo... ci si può chiedere, ed è una domanda

riconoscimenti dedicati dal 1951 alla produzione televisiva (una sorta di "Oscar della serialità"). Cfr. <http://www.emmys.org/awards>.

²²¹ Il *mainstream* dell'arte in generale è dato «dalle regole e dalle convenzioni che definiscono la corrente dominante in un campo artistico, e che di volta in volta tracciano i confini dell'inclusione, dell'esclusione e, direttamente o indirettamente del gusto» [Trasforini, 2007: 30]. Questo insieme di «canoni forti che tracciano e demarcano il centro» [*ibidem*: 11] del nostro campo lo troviamo cristallizzato nelle cosiddette "*fiction-evento*": miniserie in due puntate che raccontano la vita di personaggi "illustri" (da Borsellino a De Gasperi, da Fausto Coppi a Maria Montessori, compresi tutti i Papi) o storie legate alla tradizione cristiana.

retorica, che hanno avuto successo perché se tu facevi Madre Teresa di Calcutta e mettevi sopra il monoscopio facevi 12 milioni di telespettatori? Sì! Però lui appunto in virtù della sua autorevolezza ha fatto queste cose che hanno fatto 12 milioni di telespettatori... erano belle? Per niente! Erano brutte per la stessa ragione per cui erano giuste, perché erano mainstream in un modo pazzesco, non prive di sorprese... di più! [...] Cosa dovevi fare facendo Madre Teresa? Tu sapevi che partivi da 12 milioni di telespettatori, dovevi solo non perderli! Qual era il modo migliore per non perderli? Fare esattamente quello che si aspettavano! Lui è stato bravo a fare quella cosa lì... (Angelo).

Negli estratti il “giudizio” espresso dai due sceneggiatori riguarda lo stesso collega: Giuseppe dunque attribuisce al *bravo* sceneggiatore la capacità di incarnare le aspettative proprie della televisione generalista (essere popolare e dunque intrattenere un pubblico che sia il più vasto possibile), mentre Angelo, ricorrendo alle medesime argomentazioni (le “*cose semplici*” di cui parla il primo intervistato sono quelle “*prive di sorprese*” nel discorso del secondo), ribalta il punto di vista indicando quei prodotti come *brutti*. Entrambi comunque sottolineano un altro aspetto determinante nell’attribuzione del prestigio/rispetto: la capacità di far fronte alle “*deviazioni e male sanità della televisione*”, l’autorevolezza e il carisma rientrano negli attributi caratteriali che prenderemo in considerazione in seguito.

Così come avevo avvicinato il successo commerciale, quale indice (per la verità debole) della reputazione di uno sceneggiatore, al «principio di gerarchizzazione esterna», similmente il principio, opposto e coesistente, di «gerarchizzazione interna», che, sempre secondo Bourdieu, accorderebbe i maggiori onori a coloro che devono il proprio prestigio al fatto di non “concedersi” alle richieste del pubblico di massa, può essere legato al secondo aspetto più sopra indicato, l’autorialità. Il discorso del sociologo francese va applicato in modo meno rigido nel caso di un prodotto come la fiction televisiva: non esistendo *l’arte per l’arte* allo stato puro (l’arte per i soli produttori)²²², ogni sceneggiatore che scrive per la televisione non può non tener conto di chi da casa propria accenderà il televisore e vedrà la storia che ha sceneggiato. Non può non tenerne conto sia quando la scrive sia, l’abbiamo appena evidenziato, una volta che va in onda (Alessandra non manca di sottolineare “*il momento temuto dell’auditel, perché tutti se li vedono i dati!*”). Ciononostante, all’interno della comunità occupazionale hanno visibilità e sono stimati coloro che sono portatori di un’istanza autoriale, indipendentemente dal loro valore in termini di mercato. Si tratta di una valutazione che coinvolge la qualità dell’opera ma che, pur essendo faticosamente verbalizzata dagli intervistati (per la difficoltà di spiegare a parole la propria visione “estetica”), non è semplicemente ascrivibile al *gusto* del singolo sceneggiatore. Questa «dimensione del prestigio professionale [è] basata

²²² Il discorso può essere oggi esteso a tutti i “prodotti creativi” che sono «ormai sempre più prodotti di un mercato economico, politico o comunicativo. Essere creativi oggi non vuol dire soltanto possedere certe qualità, ma essere capaci di comunicare. Si tratta di includere nel prodotto creativo la virtualità di farsi riconoscere su un mercato di beni cognitivi, estetici, simbolici. [...] La necessità di rendere visibili i prodotti diventa una componente costitutiva del processo creativo stesso» [Melucci, 1994: 245].

sul grado secondo cui uno rifiuta di modificare la propria performance per adeguarsi alle richieste esterne» [Becker, 1963: 108] ed ha a che vedere con la riconoscibilità di una cifra personale e con la capacità di innovazione. Si veda in merito la riflessione di Raffaella:

“voglio dire, ci sono poche persone che un po’ riconosci il sapore... una cosa scritta che ne so da Doriana Leoneff un pochino la riconosco, mi sembra di sentire una cifra, no? un certo grado di femminilità di scrittura che non è frequentissima [...] oppure i grandi, tipo Rulli e Petraglia... però capisci? Loro hanno iniziato con Bellocchio che è il massimo del cinema di ricerca... Queste persone qua fanno un po’ tutte e due... è difficile che facciano solo televisione” (Raffaella).

Da questo commento si evince chiaramente come il riconoscimento presso i pari in termini di qualità di scrittura si giochi proprio sui due binari più sopra ricordati: il saper incidere sull’opera imprimendovi un “*sapore*” personale e distintivo ed una tensione alla sperimentazione e alla “*ricerca*”. Questo secondo punto è tanto più importante quanto più lo si contestualizza restringendolo al campo televisivo dove la pulsione innovatrice è spesso e volentieri sottomessa alle logiche ferree del *mainstream*: per questo, ad esempio, i creatori di ‘*Boris*’ (prima fiction italiana prodotta per il satellite) sono stra-citati dai colleghi e salutati come una specie di “miracolo” della televisione italiana per essere riusciti a dare vita ad un prodotto autenticamente *nuovo*, per certi versi “*eversivo*” (Sergio), che ha trovato consensi anche presso la fazione più moderata dell’*establishment* artistico (critici dei giornali, sceneggiatori più conservatori, produttori influenti) [Moulin, 1986].

Il discorso di Raffaella introduce un terzo aspetto della reputazione valutata sulla base della qualità di un prodotto, che a volte risulta essere una *conditio sine qua non* dei primi due (riconoscibilità e innovazione): l’esperienza cinematografica. Molti tra gli intervistati infatti, sostenendo che gli sceneggiatori *veramente bravi* provengono dal cinema o fanno anche cinema, attribuiscono loro di fatto un valore aggiunto: la convinzione piuttosto diffusa è che fare *buona* televisione significhi avvicinarsi ad un *modus* cinematografico di lavorare (“*con molta accuratezza, e insieme con molta libertà*” osserva Sergio) e di pensare il prodotto “*senza il dictat di quello che piace al pubblico ma cercando di fare una cosa artisticamente un pochino più di qualità, e di farla al meglio!*” (Pietro).

La reputazione di uno sceneggiatore, oltre che sul prodotto che porta la sua firma (nella doppia logica esterna ed interna), si fonda anche su parametri che hanno più a che vedere con la pratica quotidiana del mestiere, in particolare con le abilità tecniche e con qualità caratteriali²²³. Nel discorso che segue emergono entrambe le dimensioni:

“XXXX [nome sceneggiatore] è uno secondo me bravo, senza essere un genio assoluto, però è uno che non dice mai di no, è uno che può riscrivere sette

²²³ Ryan [1992: 130-131] distingue al riguardo tra “reputazione commerciale” e “reputazione professionale”, accreditando quest’ultima a quegli artisti che sono capaci di applicare le abilità proprie del mestiere «in modo veloce, efficace e coerente» [Cfr. anche Elliott 1977: 148-150].

versioni della stessa sceneggiatura senza chiedere di essere pagato, è uno accomodante, è una persona d'oro direi... [...] E gli altri se ne accorgono perché è un piacere lavorare con lui, quindi in quel caso c'è insieme al fatto che è un solido sceneggiatore che possiede un mestiere più solido del mio, è anche abbastanza eclettico, sa fare la commedia però anche muoversi sull'action, è uno che sa padroneggiare abbastanza bene la struttura, [...] e soprattutto è uno molto rassicurante e sicuramente questo funziona e poi si sparge la voce!" (Roberto).

In altri termini, da una parte, uno sceneggiatore è *bravo* sulla base delle sue qualità tecniche, che sono principalmente la padronanza delle forme narrative e delle regole proprie della sceneggiatura (quella che Roberto chiama “*la struttura*”) e l'*eclettismo* (la capacità di sapersi muovere agevolmente su più generi e formati), entrambe frutto per lo più di una *solidità* professionale che si acquisisce con l'esperienza²²⁴; dall'altra parte, il riconoscimento dei colleghi si fonda sull'apprezzamento di doti umane nelle relazioni di lavoro. Al riguardo Roberto cita l'essere accomodanti e rassicuranti, sia all'interno del team di scrittura che nei rapporti con la committenza; in modo simile, Angelo sottolineava più sopra il ruolo cruciale del carisma e dell'autorevolezza. Sono caratteristiche che seppur nella loro diversità indicano come il processo di costruzione della reputazione, e la sua controparte (il riconoscimento della stessa da parte dei pari), non sia semplicemente legato ad un saper fare, ma anche ad un *saper essere* [Katz, 2006]. Che sarà valutato sulla base di caratteristiche diverse a seconda del ruolo dello sceneggiatore stesso. Così, ad esempio, il “rispetto-come-apprezzamento”²²⁵ viene accreditato allo sceneggiatore giovane, e più in generale allo sceneggiatore di puntata, sulla base dell'affidabilità, della puntualità, della precisione (consegnare in tempo le puntate, fare le revisioni richieste, ecc.), della disponibilità alla collaborazione (con il capo progetto) e all'accondiscendenza (“*se ti faccio un'obiezione la devi accetta' perché nella storia io ce sto dentro più de te, e quindi non è che ti sto dicendo che tu fai cagare [...] ma che forse in quella situazione hai toppato e quindi quella scena va riscritta e punto*” riconosce Franco riferendosi al rapporto tra *head writer* e sceneggiatore di puntata). Diversamente, il capo di un progetto è tanto più apprezzato quanto più dimostra una predisposizione al comando, una capacità di saper coordinare i diversi passaggi di confezionamento di una serie e di saper reggere ritmi stressanti e pressioni esterne, mediando con tutte le esigenze del caso. Va da sé che la scarsa serietà, la tendenza ad alzare i toni e a creare un clima pesante nel team di scrittura, “*quando lavori con la mano sinistra*” (Federico), sono aspetti di “demerito” che fanno di uno sceneggiatore quello che dispregiativamente viene chiamato un “*cane*” o un “*sòla*”²²⁶.

²²⁴ In questo senso la reputazione e i relativi onori da parte dei pari risultano strettamente collegati alla durata professionale sul mercato del lavoro [Powell, 1985].

²²⁵ Sul concetto di “rispetto-come-apprezzamento” rimando a S. Darwall, *The Kinds of Respect*, in «Ethics», vol. 88 (1), 1977.

²²⁶ Questi appellativi negativi sono entrambi ricorrenti nelle parole degli intervistati: il primo – “*cane*” – si usa per definire un artista (indifferentemente un attore, un regista, o uno sceneggiatore) che si reputa incapace di fare il proprio mestiere (quindi un attore che non sa recitare, un regista che non sa girare e uno sceneggiatore che non sa scrivere); il secondo termine

In conclusione, mi pare interessante soprattutto un aspetto: si può dire che se è vero che un successo in termini di ascolto paga forse più di un flop nell'attribuzione di onore e stima presso la comunità occupazionale di riferimento²²⁷, le caratteristiche distintive del mestiere di sceneggiatore televisivo che sono emerse nel corso di questo capitolo (*in primis* il lavoro di squadra, i diversi ruoli occupabili, le mansioni extra-creative, e i rapporti “delicati” con la committenza) fanno sì che la reputazione del singolo, e di conseguenza la sua posizione in termini di potere simbolico all'interno del campo, sia determinata da considerazioni che esulano sia da un riscontro immediatamente commerciale sia dalle capacità tecniche del *bravo* narratore ma che hanno piuttosto a che fare con il suo “essere relazionale”, con la capacità cioè di dare di sé l'immagine di un collaboratore fidato e/o di un leader carismatico. Qualità queste ultime che non sono altrettanto vincolanti nella distribuzione dell'onore in altri campi artistici, ad esempio quelli legati alla creazione di prodotti semplici [Caves, 2000] che non comportano il coinvolgimento di più personalità artistiche in diversi ruoli, per i quali il professionista (musicista, scrittore, pittore, ecc.) sarà giudicato principalmente sulla base delle qualità artistiche primarie (saper suonare, saper scrivere, saper dipingere, ecc.).

3.5.5. Retoriche di sopravvivenza e orizzonti aspirazionali

Il mondo professionale degli sceneggiatori televisivi è permeato, lo si è in parte già visto riflettendo sulle modalità di auto-rappresentazione, da un generalizzato senso di insoddisfazione verso il mestiere svolto: per la mancanza di riconoscimento della propria posizione (la serie, la miniserie, il film-tv sono sempre “del” regista) e di rispetto per il lavoro di scrittura (le sceneggiature puntualmente stravolte), per le limitazioni creative entro cui si è costretti a muoversi (date da un sistema impostato in senso industriale), e in ultima istanza per lo scarso credito in cui è tenuta l'intera categoria. Un'insoddisfazione che lo sceneggiatore esprime ricorrendo ad un campionario retorico atto a minimizzare il suo investimento autoriale nell'opera di cui è firmatario [Pasquier, 1995: 123] e a spostare la posta in gioco – l'autorialità – oltre il piccolo schermo nostrano, ergendo l'autore cinematografico o il “*writer-producer*” americano a miti/modelli cui ambire. In quest'ultima sezione mi concentrerò su come, per adattarsi alla realtà del mestiere senza sacrificare la stima che ha per se stesso [Becker, 1951], lo sceneggiatore televisivo sia sovente portato a performare un sé lavorativo ora rassegnato, ora cinico, ora ribelle. A ciascuno di questi meccanismi retorici possiamo poi far risalire una prospettiva aspirazionale relativa sia alla carriera del singolo sia al percorso collettivo della sua categoria professionale.

invece – “*sòla*” (la suola della scarpa) – viene direttamente dal gergo romanesco con cui si indica una fregatura e, riferito ad una persona, qualcuno che non mantiene fede alle promesse e agli impegni.

²²⁷ Sostengono Melucci e Neresini [1994: 201] che «i crediti acquisiti presso il pubblico possono essere spesi per mantenere o migliorare la propria posizione all'interno della comunità di riferimento, così com'è vero il contrario, dal momento che i riconoscimenti professionali possono essere utilizzati come risorsa per guadagnare prestigio nei confronti di un pubblico più ampio».

Chi tende innanzitutto ad applicare una *retorica della rassegnazione*, è attivo sul mercato televisivo da almeno una decina d'anni e ha smesso di farsi illusioni circa un possibile cambiamento del modello organizzativo della nostra fiction, almeno nel medio termine (*"io sono lo sceneggiatore della cosiddetta categoria «rassegnato»"* ammette Filippo); per questo ad uno stile lavorativo dimesso si accompagna una tendenza alla tolleranza quasi passiva, ad essere accomodante nei confronti della committenza (*"a meno che non mi chiedano proprio cose folli, sono molto mediatrice e il più delle volte dico 'sì, va bene'... che altro devo fa'?"* sottolinea Giulia). C'è anche una variante *hard* di questa posizione: la *retorica del cinismo*, propria di chi considera con distacco il proprio operato professionale, prendendone spesso le distanze in modo radicale, considerando l'attuale attività televisiva come una sorta di incidente di percorso, dal carattere temporaneo, e insistendo sulla natura subalterna della propria posizione lavorativa (*"siamo trattati di merda, siamo trattati come scribacchini, passacarte [...] zerbini totali!"* denuncia Davide). L'aspetto più pregnante di questo cinismo professionale è proprio la distanza dagli oggetti culturali prodotti: bollati come *"robaccia"* (Giulia), *"una cazzata che ho fatto"* (Andrea), *"una cosa di cui mi vergogno"*, fatta *"solo perché avevo bisogno di soldi"* (Paolo).

Entrambi questi atteggiamenti (rassegnazione e cinismo) si traducono poi in aspettative deboli circa il proprio futuro: al quesito intorno agli obiettivi professionali e alle aspirazioni di carriera, questi sceneggiatori dimostrano una forte indecisione, orizzonti immobili (*"non vedo un'aspirazione, cioè la mia aspirazione creativa non può fare di più di quello che faccio"* dice Mario) o desideri limitati al fare bene il proprio mestiere, senza doversi rimproverare nulla; lo stesso desiderio, peraltro espresso, di scrivere per il cinema rimane su un piano ideale a causa della consapevole impossibilità a veder realizzato questo sogno o alla mancanza di un mercato capace di accogliere le proprie velleità creative. Si veda ad esempio l'auto-analisi del già citato Filippo:

"a me non me ne frega niente di fare l'headwriter, di crescere... non so dove potrei andare crescendo, perché purtroppo a me neppure il cinema italiano mi piace... perché il 90% dei film italiani mi fanno cagare [...] perché ci vedo gli stessi limiti in grande della televisione, narrativamente parlando, dei mezzi, gli attori, le cose, non trovo quasi mai nulla credibile [...]. Quindi per quel che riguarda me e alla mia esperienza di sceneggiatore, che è sconcertante, io oggi lavoro così: cerco di fare il lavoro che mi dà più soldi possibile e che soprattutto non mi fa annoiare! [...] Certo, oggi ci penso all'idea che domani uno sforzo in più lo dovrei fare ma se non altro per avere più garanzie, non penso che diventerò mai soddisfatto di quello che ho fatto" (Filippo).

Queste considerazioni parlano da sole circa lo scenario immaginato per il proprio futuro lavorativo: il mancato stimolo rispetto al lavoro attuale giustifica il fatto di *fregarsene* di *crescere* professionalmente, al punto che l'unica spinta ad un miglioramento di posizione sembra essere quella economica (una posizione di carriera più centrale, un ruolo più prestigioso, equivale ad *"avere più garanzie"* rispetto alla possibilità di procacciarsi lavoro in futuro, *ergo* continuare a guadagnare e a vivere di questo mestiere).

Nel complesso emerge la figura di un collaborazionista disilluso, la cui disillusione si riflette anche sul senso di “corpo”: questo tipo di sceneggiatore non crede infatti nella forza del collettivo, deluso da esperienze passate di militanza (*“non vorrei veramente più interessarmi di niente tranne che della sottoscritta, perché non credo più nelle associazioni”* sostiene con forza Carla) o semplicemente convinto che la competitività propria dell’ambiente impedisca qualunque riflessione/azione di corpo, come afferma senza mezzi termini questo sceneggiatore, che non è mai stato iscritto a nessuna associazione di categoria e non ha mai preso parte alle attività ad essa collegate e aperte anche ai non soci:

“ho capito che tanto non funzionano quelle associazioni, si litigano un sacco tra di loro! Come tutti i lavori creativi è difficile fare una categoria, perché qui ognuno crede di essere il Padreterno, ognuno muore di fame, ognuno se può inculca quello di fianco per avere un panino in più, per cui è difficile che fai la coscienza di classe” (Guido).

Guido mette qui in luce una sorta di “miraggio” ascrivibile a *“tutti i lavori creativi”*: l’impossibilità di *“fare una categoria”* dato l’ego ipertrofico dei suoi potenziali membri (che si credono *“il Padreterno”*) combinato all’egoismo di ciascuno di accaparrarsi i lavori anche a spese degli altri.

Tra le *retoriche della ribellione* collochiamo invece le prese di posizione forte, di non allineamento al sistema, di volontà di dire “no” e di essere “contro”, a costo di doversi mantenere con altre attività parallele (*“io ho sempre fatto quello che volevo pur di mantenere una specie di integrità morale... ho fatto la guida turistica abusiva, ho fatto l’animatore al museo dei bambini, ho fatto altre cose quindi io dicevo no a tutto quello che non mi piaceva”* puntualizza Alessandro) o di finire sul già evocato *libro nero*, luogo simbolico che raduna gli sceneggiatori “non graditi” alle reti (*“adesso io sarò sul libro nerissimo della Rai come nemico giurato, e a me non me ne importa un fico!”* afferma infatti Giovanni). A questo tipo di strategia ribelle si accompagna un’analisi (lucida e impietosa) del sistema e dei suoi *“meccanismi paradossali e assurdi”* (Riccardo), di *“quest’industria proto-sovietica”* (Matteo), che non è capace di *“creare una osmosi intensa tra le idee che devono entrare e la ricchezza che deve uscire”* (Simone).

Più sopra ho parlato non a caso di *retoriche* al plurale, dal momento che possiamo rinvenire due tipi di aspettative individuali calate in una dimensione collettiva chiara e divergente. In primo luogo, abbiamo chi nutre per sé e per il gruppo professionale un’unica aspirazione: scrivere una serie di cui potersi prendere la totale responsabilità e in cui respirare una cifra stilistica che è quella che lui ha pensato per quel prodotto (*“se non esiste la serie d’autore allora io non sarò l’autore di serie”* afferma con un gioco di parole Elena). A sostenere questa posizione è chi si muove quasi esclusivamente all’interno del terreno della serialità televisiva, non sogna il cinema, o almeno non sogna di farlo nell’attuale congiuntura di sistema, e rivendica un ruolo creativo nuovo per lo sceneggiatore, mutuandolo dal sistema americano. Si tratta della figura del *writer/producer* termine usato nell’industria televisiva statunitense per indicare il responsabile di una serie, colui/colei che la fa *funzionare* e che detiene l’autorità finale nell’ambito organizzativo e creativo della serie: è il “capo” – e quasi sempre si tratta di uno sceneggiatore – che deve rispondere del suo operato «solamente nei

confronti dell'emittente televisiva (e della casa di produzione, se non è la sua)»²²⁸. Portatori di questa istanza sono in particolare gli sceneggiatori più vicini all'associazione S.A.C.T., che da anni conduce le sue battaglie confrontandosi con le associazioni di categoria fondate dai colleghi europei e americani²²⁹: dopo i primi anni di vita dell'associazione in cui i problemi in agenda erano il diritto d'autore, il minimo sindacale, la fondazione di un sindacato, recentemente, pur mantenendo in agenda le problematiche che non hanno ancora trovato una soluzione (come quella del minimo sindacale), l'associazione ha concentrato buona parte delle proprie energie sulla cosiddetta battaglia per il “*created by*”²³⁰ tesa ad attribuire il controllo creativo di un prodotto di fiction televisiva allo sceneggiatore (la serie dev'essere appunto *creata dallo sceneggiatore* e non *del regista*). Di conseguenza, si tratta del sottogruppo di sceneggiatori che più drasticamente separa il proprio ruolo da quello dei registi, i quali, almeno in televisione e a loro avviso, dovrebbero essere dei semplici esecutori.

In alternativa, possiamo trovare una retorica ribelle abbinata ad aspirazioni più “alte”, quasi romantiche, nel senso che una parte di quegli sceneggiatori che performano un sé-professionale agguerrito esterna innanzitutto il desiderio di raccontare “*storie che sappiano dire davvero qualcosa*” (Giovanni) e di incidere in qualche modo sulla realtà che li circonda attraverso la narrazione televisiva. Si veda al riguardo l'affermazione che segue:

²²⁸ Cfr. <http://complicationsensue.blogspot.com/2005/08/tentative-glossary.html>. Il giornalista Scott Collins durante il più recente sciopero degli sceneggiatori americani (tra il 2007 e il 2008), li descriveva come dei *tuttofare*, «un curioso ibrido di artisti visionari e operational manager duri come la roccia. Non sono solo sceneggiatori; non sono solo produttori. Essi assumono e licenziano sceneggiatori e membri della troupe, sviluppano la trama, scrivono copioni, assegnano le parti agli attori, si occupano del budget e gestiscono le interferenze tra lo studio ed i capi dell'emittente. È uno dei lavori più insoliti ed impegnativi, che impegnano ambedue gli emisferi cerebrali, nel mondo dell'intrattenimento», Cfr. S. Collins, *Show runners run the show*, in «Los Angeles Times», 23/11/07.

²²⁹ Negli anni l'associazione ha infatti consolidato un dialogo costante con gli sceneggiatori appartenenti alle altre *Guilds* europee e non (ha rapporti con gli Stati Uniti ma anche con l'America Latina), che si è concretizzato nella primavera del 2009 in un ciclo di incontri dal titolo “Created by” con i maggiori showrunner internazionali. L'iniziativa si è conclusa con un convegno dal titolo omonimo all'interno del RomaFictionFest, il cui contenuto sarà approfondito nella nota metodologica.

²³⁰ Il direttivo spiega questa battaglia come segue: «avete mai visto sui titoli delle serie americane il titolo “created by”? Immaginiamo di sì. Ecco il tizio citato è il creatore della serie, ovvero lo sceneggiatore che ha pensato il progetto e ne ha il pieno controllo artistico: il writer/producer. Per pieno controllo artistico intendiamo non solo scelte di scrittura, ma un controllo totale che comprende anche la scelta del cast e il diritto di chiedere al/ai registi il rispetto della visione che ha del proprio prodotto. E quand'anche il writer/producer lasci la serie per creare nuovi prodotti, viene sempre nominato un responsabile creativo, chiamato in questo caso Showrunner. Ed ha più o meno gli stessi poteri del suo predecessore», [http://www.sact.it/produttore_creativo.asp, enfasi originale]. Interessante notare che sugli stessi concetti di *writer-producer* e *show runner* non c'è da noi una comune interpretazione. Rispetto a quanto sostenuto dalla S.A.C.T. c'è chi sostiene che «i due termini non sono sovrapponibili. Writer-producer è quello che dice la parola. Uno scrittore che ha anche compiti di produzione. Showrunner è chi ha la guida della produzione artistica della serie. Questo significa che uno showrunner può essere un writer producer oppure un director producer. Oppure (come in passato e in Italia) un producer e basta» (Simone, comunicazione mail, 13/09/09). La maggior parte degli intervistati usa l'uno e l'altro in modo intercambiabile.

“io non ho niente personalmente contro la S.A.C.T., ma è un’associazione di categoria con orizzonti troppo ristretti... ci sono andata eh! Era tutto un tipo di discussioni che non m’interessano [...] certo anch’io sono interessata al fatto che non mi vengano tolti tutti i diritti, ma secondo me ci sono altre priorità in questo momento, che discutere le minuzie del nostro lavoro [...] ecco poi io ho una storia proprio mia di partecipazione politica [...] e] sono arrivata a capire che sostanzialmente quello che vorrei veramente provare a fare è che vorrei fare delle cose che danno dei minimi influssi sulla realtà che mi sta attorno, e che voglio provare a farlo non solo come ho sempre fatto andando alle manifestazioni o leggendo i giornali o cercando di comunicare con le persone, ma rispetto a quello che è il mestiere che ho scelto, che è quello di scrivere” (Monica).

Monica solleva in apertura al discorso qui sopra riportato un’obiezione verso la S.A.C.T. e verso rivendicazioni di categoria che in un momento storico “*in cui sta succedendo di tutto*” (la sceneggiatrice fa riferimento alle proteste di studenti e insegnanti contro la riforma scolastica della Gelmini nell’autunno del 2008) ritiene secondarie (delle “*minuzie*”). Il suo desiderio è di riuscire a trasferire la coscienza politica dalla sfera privata e personale (in cui è sempre stata presente) alla sfera pubblica e professionale, portando in storie di finzione un sentire che si riverbera nel reale, anche se con “*minimi influssi*”.

Il punto di vista di Monica e di altri che come lei considerano la funzione dell’artista in una prospettiva più ariosa, meno ancorata alle storiche diatribe tra cinema e tivù e tra sceneggiatore e regista, trova una più efficace rappresentanza (politica) nella neonata Associazione 100autori. Si consideri anche il discorso di Matteo:

“Passo tutti i giorni della mia vita lavorando per un futuro diverso... VOGLIO un futuro diverso... per me e per gli altri... è un impegno politico, in senso lato ovviamente! Ma non è solo per le rivendicazioni, per i contratti, che sono importantissimi... ma proprio per il bisogno degli autori di dire che non sono solo dei prestatori d’opera” (Matteo).

È una rivendicazione autoriale forte quella di Matteo: il “*futuro diverso*” che auspica ha innanzitutto a che vedere con la necessità di svincolare lo sceneggiatore (ma potremmo dire anche il regista) da un ruolo che ha perso la sua matrice più artistica, quella della creazione vera, ridotto ad un *prestatore d’opera*.

Quella fin qui presentata è, inevitabilmente, una generalizzazione che non va considerata in modo esclusivo: c’è chi pur mettendo in atto retoriche di mediazione ha aspirazioni alte e autoriali e chi “*ribelle*” nella pratica lavorativa quotidiana non crede nell’associazionismo e ragiona sul futuro soltanto al singolare. Anche in vista delle riflessioni che occuperanno il quinto capitolo di questo lavoro, mi pare importante rimarcare proprio questa doppia anima conferita all’autorialità: da un lato, come la necessità di connotarne lo specifico televisivo (e seriale), dall’altro, come la pulsione a caratterizzarla in un’ottica più ampia, nel tentativo di ricollocare l’autore, *tout court*, in un’arena intellettuale da cui si sente estromesso, privato delle sue stesse armi, quelle comunicative, dai centri del potere, economico e politico. Al tempo stesso mi è sembrato utile

ragionare in termini di categoria perché le stesse associazioni alle quali ho fatto riferimento, attraverso le loro strategie “politiche” e gli interessi che mirano a difendere²³¹, finiscono per essere lo specchio dei conflitti interni tra i loro membri e l’arena in cui più vistosamente si gioca la differenziazione/stratificazione interna al campo [Chapoulie, 1973: 104-105].

Conclusioni

In questo capitolo ho cercato di esplorare una popolazione eterogenea quale quella degli sceneggiatori televisivi, che, insieme ad attori e registi, costituisce il *sopra la linea*²³² di ogni produzione: l’eterogeneità è data innanzitutto «dal punto di vista del reclutamento sociale e delle condizioni di esercizio del mestiere, dai contorni fluidi» [Sapiro, 2007b: 14]. Ma come ha suggerito Everett Hughes [1997: 390]

«il compito di chi studia le carriere è quello di scoprire le regolarità, di trovare qualunque ordine possa esserci nel corso della vita delle persone nel momento in cui crescono e imparano; quando scelgono, sono scelti o si imbattono nelle circostanze, quando crescono o diminuiscono le loro energie, competenze e saperi, quando diventano man mano più votati a e radicati nel loro lavoro, o, al contrario, quando sono annoiati, frustrati o addirittura fuggono da un tipo di lavoro ad un altro, o da qualunque lavoro (cosa che è definita la psicosi della nostra società)».

Che è esattamente quanto ho cercato di fare in questo capitolo.

Ad uno sguardo generale sul mondo professionale dei nostri artisti integrati si staglia infatti l’immagine di un ambiente incerto e competitivo [Cantor, 1971]: perché privo di *step* professionali definiti, di regole scritte e “democratiche” (una sorta di codice morale e/o deontologico), di barriere esplicite in entrata e in uscita – *«boundaryless career»* [Arthur e Rousseau, 1996]²³³ – fatto di un’esperienza che si accumula sul campo più che sui banchi di scuola – *«on-the-job training»* [Menger, 1999: 548] – passando per un’ampia gamma di mansioni e ruoli ricoperti, e infine accessibile solo ad una parte minuta di coloro che vi ambiscono (c’è, almeno oggi, un sovrannumero di aspiranti sceneggiatori rispetto ai posti disponibili). Si tratta inoltre di una professione altamente mobile, legata a contratti a progetto e ad una politica (attuata dal committente) fondata

²³¹ «Che siano o meno corporativi – sostiene infatti Chapoulie [1973: 105] – gli interessi difesi dalle associazioni professionali non sono semplicemente preesistenti ad esse in quanto interessi dei loro aderenti: le associazioni contribuiscono sempre a definire gli interessi e gli obiettivi dei membri della professione e, in modo particolare, a determinare il campo delle possibili rivendicazioni».

²³² I cosiddetti costi “sopra la linea” includono, come si è visto nel precedente capitolo, i costi relativi alla sceneggiatura e alla regia e i *cachets* degli attori principali; il restante budget è il “sotto la linea”.

²³³ La mancanza di barriere/confini nei percorsi di carriera è un «meccanismo chiave nel funzionamento dell’organizzazione a progetto» [Arthur, Inkson e Pringle, 1999: 11], propria di industrie come quella cinematografica e televisiva [Jones, 1996].

sull'intercambiabilità di artisti e opere [Becker, 1982: 250-251]²³⁴, dove si può lavorare ad intermittenza o accumulare più lavori in contemporanea, con un *gap* crescente tra chi lavora, guadagna e ha successo («*winners*») e chi si arrangia come può, guadagna poco e non ha ancora raggiunto la visibilità attesa («*nonwinners*») [Faulkner e Anderson, 1987: 893]. La vulnerabilità del mestiere non è semplicemente legata alle contingenze strettamente lavorative (il sottoimpiego, i lavori intermittenti e multipli, i contratti precari, le ricompense economiche e simboliche distribuite in modo diseguale), ma anche alla costruzione identitaria dello sceneggiatore televisivo, esposto com'è a meccanismi competitivi, processi di *gatekeeping* e *sponsorship*, aspettative di deferenza a poteri istituzionali stabiliti, e alla continua ricerca di un riconoscimento sociale all'interno e all'esterno del campo [Conde, 2009: 3]. Non si dimentichi infatti che la categoria di cui si occupa questo lavoro è dotata di una *invisibilità* notevole rispetto ad altre figure del mondo dello spettacolo, dal momento che il grande pubblico raramente conosce i nomi degli sceneggiatori di una fiction: ne riconosce gli attori, al massimo può ricordare il regista (a maggior ragione se viene dal cinema) [Cardini, 2000], ma lo sceneggiatore resta per lo più un soggetto misconosciuto²³⁵.

A mio avviso, emergono chiaramente due modi per fare dello scrivere la propria professione: parafrasando Weber [1919: 63], si vive *per* scrivere oppure *dello* scrivere, senza che le due alternative si escludano a vicenda. Nel primo caso, l'atto della scrittura investe ogni aspetto dell'esistenza, assume il valore di una missione, che può essere politica, sociale, o semplicemente di intrattenimento: è il mestiere di vocazione [Freidson, 1986] che «implica l'idea della missione, del servizio alla collettività, del dono di sé e del disinteressamento», quasi «una forma di ascesi [moderna], un investimento totale nell'attività considerata come fine in sé, senza ricerca del profitto materiale» [Sapiro, 2007a: 5]. Nel secondo caso invece, il fattore economico risulta prevalente: è l'atteggiamento di chi cerca di trarre dal proprio lavoro «una fonte durevole di guadagno» e quindi vive *della* sceneggiatura [Weber, 1919: 63], senza che il sé e la professione risultino isomorfe [Hearn, Manning e Habenstein, 1968]²³⁶. Nello sceneggiatore

²³⁴ Becker porta ad esempio il caso delle mostre d'arte: se una galleria o un museo non possono organizzare una mostra di Picasso, forse riescono ad organizzarne una su Matisse «e andrà altrettanto bene» [1982: 250]. Così nel caso della fiction: se i capi struttura di una rete non riescono ad avere una miniserie agiografica cercheranno di compensare con una biografia di un personaggio noto del nostro tempo o una storia in costume; allo stesso modo se uno sceneggiatore rifiuta di lavorare ad un progetto cercheranno subito un sostituto.

²³⁵ Una conferma di questo fatto deriva direttamente dalla mia esperienza. Parlando con conoscenti e amici della mia ricerca la domanda classica che mi veniva posta era «*hai intervistato qualcuno di famoso?*». I miei interlocutori (delusi) facevano cenno di non conoscere nessuno dei nomi che citavo, solo quando collegavo un nome al titolo di una fiction mostravano di aver capito e facevano riferimento agli attori della serie («*è quella fiction dove c'è anche Virna Lisi che fa la mamma?*», «*Zingaretti è troppo bravo a fare Montalbano*», ecc.)

²³⁶ Gli autori [1968: 57-59] distinguono due tipi sociali di attrici: da una parte, le «professionalizzate», che sentono di avere il mandato di perpetuare le tradizioni e i valori del teatro come istituzione sociale, tengono in scarsa considerazione il pubblico, e traggono la propria soddisfazione e un senso di appagamento dai valori intrinseci della professione; e, dall'altra, le «opportuniste» (*utilizer*) che tendono a rispondere innanzitutto ai propri bisogni, derivano la propria gratificazione dal riconoscimento del pubblico e non sembrano votate al «lavoro duro». La categorizzazione è mutuata (e riadattata) dalla tipologia applicata alle infermiere in R. W.

televisivo non esiste a mio avviso una forma vocazionale allo stato puro, ma piuttosto una sua versione sfumata, che si palesa nel tentativo di molti di ricavarci degli interstizi professionali in cui esprimere e sfogare la propria creatività inespressa, all'interno del mezzo stesso o attraverso un'altra forma artistica (come il teatro, la letteratura, il cinema, ecc.).

In questo itinerario di scoperta della professione autoriale ho cercato di scovare se esistesse anche in questo campo artistico un'élite di autori maggiormente integrati nel sistema produttivo di afferenza [Zuckerman *et al.*, 2003], che cosa implicasse questa maggiore o minore integrazione, e in quali elementi simbolici trovasse la sua legittimazione il gruppo "privilegiato". Ora, quella degli sceneggiatori televisivi è senza dubbio una comunità socialmente stratificata. Questo significa che, seppur formalmente "aperta" all'ingresso, è internamente strutturata intorno a centri nodali di conflittualità: di tipo generazionale, di formato, e di *medium*²³⁷. Si tratta di forme in qualche modo correlate che si sostanziano in un addensamento al centro del campo del tipo *élite versus* contro-élite: da una parte, troviamo infatti la "vecchia guardia" di sceneggiatori, quelli che vengono dal cinema e che oggi firmano le miniserie e le serie brevi, e dall'altra, i nuovi sceneggiatori della serialità televisiva più lunga, socializzati ad un sistema che negli anni del loro ingresso andava modificando il proprio assetto produttivo, ad un modo di concepire il mestiere più industriale, impiegatizio e strutturato. Questo conflitto chiama anche in causa un alterco che appassiona da quasi un secolo gli intellettuali italiani, e non solo, tra cultura "alta" e "bassa", che in questo caso va intesa anzitutto come cultura professionale (*alta versus* *bassa*). Questo centro "caldo" di conflittualità tra sceneggiatori può essere letto come un meccanismo di chiusura sociale, in senso weberiano²³⁸. Se infatti, come sottolinea Parkin [1979: 39] «la caratteristica peculiare della chiusura rivolta all'esclusione è il tentativo, da parte di un gruppo, di assicurare per sé una posizione privilegiata a spese di qualche altro gruppo, tramite un processo di subordinazione», si direbbe che gli sceneggiatori del secondo tipo (che lavorano prevalentemente, o esclusivamente, per la televisione) siano gli "esclusi" o "outsiders" che mobilitano il loro potere collettivo verso l'alto tentando di smuovere l'ordine costituito: le battaglie che l'associazione di categoria più influente in questi ultimi anni (la S.A.C.T.) ha portato avanti sostenendo con forza

Habenstein e E. A. Christ, *Professionalizer, Traditionalizer, and Utilizer*, Columbia (Mo), University of Missouri Press, 1963.

²³⁷ Sulla base delle mie interviste non è risultata rilevante la discriminante di genere, dal momento che nessuna delle intervistate ha fatto esplicito riferimento a condizioni di lavoro svantaggiate o ad una qualsivoglia percezione di diversità di trattamento. Se quella delle donne sembrava una presenza davvero minoritaria fino agli anni '80, il loro numero è sensibilmente aumentato a partire dagli anni Novanta (non escludo che la fabbrica produttiva della soap opera abbia favorito questo fenomeno) e, nonostante i numeri siano ancora sbilanciati dalla parte degli uomini (e il nostro campione ne è la conferma), le donne intervistate hanno percorsi di carriera molto simili a quelli dei colleghi uomini, sia per quanto riguarda i ruoli svolti che per gli altri aspetti analizzati in questo capitolo, come la velocità della scalata, la reputazione e le aspirazioni. Va detto comunque che le cariche ricoperte a livello di rappresentanza sono quasi tutte al maschile. Sul rapporto tra genere e artiste si vedano in particolare Pasquier [1983]; Ravet [2003; 2009]; Buscatto [2007]; Trasforini [2007]; Bielby [2008].

²³⁸ Considero quello di chiusura sociale «il processo con il quale le collettività sociali cercano di massimizzare le ricompense restringendo gli accessi alle risorse e alle opportunità ad una limitata cerchia di persone che hanno certi requisiti» [Parkin, 1979: 37].

la centralità dello sceneggiatore televisivo e rivendicandone un ruolo che tenda a farne l'Autore di una serie, possono essere lette in tal senso.

Nel complesso è innegabile che il contesto svolga un ruolo strategico sia per l'avvio della carriera che per il suo successivo corso. Nessuna carriera si fa da sola, nemmeno quella dei geni come Beethoven [DeNora, 1995], ma è piuttosto il risultato dell'interazione (fortunata?) di fattori di carattere personale (i propri sforzi), interpersonale (i rapporti con i colleghi e con le diverse figure produttive), economico (gli investimenti nel settore della fiction), politico (si pensi alla situazione del duopolio televisivo), storico (il momento che il paese attraversa). Sono abbastanza convinta che un elemento centrale del posizionamento dello sceneggiatore nel suo campo professionale sia rappresentato dalla sua rete di relazioni, che ci apprestiamo ad analizzare.

capitolo quarto

In famiglia. *Networks* informali di legami forti

*“We were and always remained primarily
and fundamentally a group of friends.
Our roots and the roots of our friendship
were in the University of Cambridge”*
– Leonard Woolf –

Introduzione

Fin qui abbiamo osservato il mondo professionale degli sceneggiatori seguendone le traiettorie individuali e mappando il nostro campo sulla base dei percorsi di carriera, della formazione scolastica, della reputazione, delle gerarchie latenti. In questo capitolo mi concentrerò invece sulla struttura delle relazioni e la rete di rapporti che l'artista-che-scrive intrattiene con i colleghi, appartenenti alla stessa comunità.

Ho già più volte sottolineato che una fiction televisiva non è il prodotto di un individuo isolato e che la stessa fase di scrittura è ormai di rado opera di un unico sceneggiatore. Il processo collettivo di creazione fa sì che da un lato ciascuno si trovi a collaborare con dei colleghi e dall'altro che entri in contatto con un certo numero di altre figure che partecipano al medesimo progetto. Questi scambi sono alla base di reti (latenti) che contribuiscono al posizionamento dell'attore (in senso sociologico) nel campo. La mia convinzione è che questi reticoli sociali ci offrano la possibilità di ampliare alcune delle considerazioni già avanzate nel capitolo precedente, osservandole da una prospettiva di “gruppo”²³⁹ [Becker *et al.*, 1961].

Pamela Douglas, sceneggiatrice pluripremiata di Hollywood, in un manuale pratico sulla serialità USA suggerisce a tutti coloro che stanno cercando di farsi strada nel mondo della scrittura televisiva: «dovete formare delle reti di fiducia

²³⁹ «Tentare di comprendere una carriera o una vita come una serie unica e autosufficiente di avvenimenti successivi senz'altro legame che l'associazione a un “soggetto”, la cui costanza è forse solo quella di un nome proprio socialmente riconosciuto, è quasi altrettanto assurdo che tentare di dar conto di un tragitto nella metropolitana senza prendere in considerazione la struttura della rete, cioè la matrice delle relazioni oggettive tra le diverse stazioni» [Bourdieu, 1992: 338-339].

professionale» [Douglas, 2005: 130]. Un'analisi di questi legami, della loro continuità, stabilità e natura, consente quindi a mio avviso di descrivere il nostro gruppo professionale in una sotto-segmentazione creativa che lega circoli e grappoli di persone e li differenzia in modo caratteristico gli uni dagli altri. In via preliminare uso il termine "famiglia" per indicare un gruppo solidale di professionisti, animato da bisogni, interessi, e/o fini comuni, tenuto insieme da vissuti professionali, immaginari mediatici, aspirazioni simili, che funziona da "catalizzatore" dell'impiego, cenacolo di amicizia e collaborazione, gruppo di sostegno. Dopo aver approfondito la nozione di *famiglia creativa*, applicata al mondo della scrittura creativa per la televisione attraverso una disamina comparativa con altri concetti utilizzati per l'analisi di fenomeni affini, e averne presentato le caratteristiche principali, mi propongo di esporre una tipologia di "famiglie" da me elaborata individuando i gruppi che si sono via via creati nel *nostro* mondo produttivo. In particolare ho individuato cinque tipi di raggruppamento familiare: le famiglie che si sono strutturate in modo gerarchico (le cosiddette "famiglie-bottega" legate ad un artigianato del fare in cui uno sceneggiatore anziano accoglie sotto la sua ala protettiva un numero limitato di collaboratori fidati); le famiglie generazionali (sono le "famiglie-comune", composte per lo più da amici entrati insieme nel campo e spesso centrate su un sodalizio artistico); le famiglie industriali (rinominate "famiglie-Ikea", di più recente formazione, che costituiscono una sorta di ibrido dei due "tipi" precedenti); infine c'è una categoria di (apparentemente) non-affiliati e una famiglia che costituisce una sorta di "circolo intellettuale".

Nell'affrontare i diversi tipi di famiglia, secondo l'accezione che ho definito, ho cercato di dare risposta ai seguenti interrogativi: quando e su che basi si forma? Come si struttura e quali rapporti intrattengono tra loro i suoi membri? Quali bisogni soddisfa e quali interessi tengono insieme il gruppo? Come mutano nel tempo la sua configurazione interna e i suoi rapporti con l'esterno? Quali pratiche creative sono caratteristiche di ciascuna modalità familiare?

4.1. Dialoghi intra-gruppo. Nota teorica sul concetto di *famiglia creativa*

«Che val molto di più *chi* uno conosce, che non *che cosa* uno conosce» [Pizzorno, 1999: 373], concetto quasi semplicistico per dire che le relazioni contano e hanno un peso anche nell'arena occupazionale dell'individuo, è una considerazione su cui la sociologia inizia a riflettere in modo sistematico con la nozione di "capitale sociale", concetto situazionale e dinamico con cui indichiamo, con Bourdieu [1980], le «*risorse*, che derivano dal *possesso* da parte di un attore sociale, di relazioni di mutua conoscenza o riconoscimento» [Pizzorno, 1999: 374]²⁴⁰. Parallelamente, come osserva Williams [1980: 230] la sociologia della cultura si è concentrata piuttosto sui gruppi «che le erano più familiari, legati ad istituzioni relativamente organizzate» mentre ha trascurato la tendenza a riunirsi in gruppetti, movimenti, circoli, ritenuti forse «troppo

²⁴⁰ Sul concetto di capitale sociale rimando a Boissevain [1974]; Coleman [1988]; Portes [1998].

marginali, troppo piccoli o effimeri, per richiedere un'analisi storica e sociologica». Com'è noto negli anni il dibattito si è andato ampliando, e complicando, attirando l'attenzione sull'importanza dei legami informali e personalistici per l'organizzazione economica e politica, il mercato del lavoro, la comunità, la città, lo stato, ecc.; e anche il concetto di "amicizia", spesso ridotto a relazioni diadiche, è stato riveduto come un fenomeno cruciale della solidarietà sociale [Kadushin e Livert, 2002; Eve, 2002; Pahl, 2002]. Ora, analizzare le caratteristiche della rete di relazioni in cui gli individui sono inseriti «permette di specificare la disponibilità di risorse sulle quali gli attori sociali possono contare in caso di bisogno» [Carradore, 2006: 77]. Si prendano i nostri sceneggiatori: quando entrano nel campo il capitale sociale di cui dispongono, e che possono mettere in moto per migliorare la propria posizione lavorativa, è fatto dei loro insegnanti, tutor e maestri, di parenti stretti o di amici dei genitori che già lavorano nel mondo dello spettacolo, dei compagni con cui hanno frequentato qualche corso di sceneggiatura e degli amici con cui hanno condiviso il sogno di fare questo mestiere. Nel corso della carriera la rete di conoscenze tenderà ad allargarsi, aumenterà il numero di persone con cui si è interagito, collaborando per un progetto comune o lavorando per la stessa casa di produzione ma su progetti diversi, chiacchierando alle riunioni di categoria, incontrandosi alle feste dove amici/colleghi/operatori del settore ci presenteranno ad altri. Molte di queste relazioni sono destinate a rimanere "legami deboli", altre no: la forza di un legame è data dalla «combinazione (probabilmente lineare) della quantità di tempo, intensità emotiva, intimità (mutua confidenza) e favori reciproci» [Granovetter, 1973: 1361] che lega due o più individui tra loro.

Nel nostro campo d'indagine, si osserva una tendenza da parte dei membri della comunità professionale a lavorare con le stesse persone, a "chiamare" a sé (o essere chiamati da) colleghi con i quali si ha già avuto modo di lavorare. Ma non si tratta semplicemente di una modalità lavorativa, quello che Manning e Sydow [2007; Cfr. al capitolo uno] chiamano "*project network*": c'è un movimento all'aggregazione, in virtù di una condivisione che non è semplicemente e puramente "professionale", ma coinvolge rapporti di stima, fiducia, gratitudine, simpatia, amore. C'è insomma uno scambio, preferenziale, di «informazioni, amicizia, favori, risorse» [Trice, 1993: 143] che unisce alcuni ed esclude altri. Non si tratta semplicemente di *networks*, che possono essere "latenti", ovvero attivabili da parte dell'individuo nel momento in cui ve ne sia la necessità, per sé o per gli altri [Fine, 2004: 175], ma di persone che stanno frequentemente insieme, che parlano e agiscono insieme, dal momento che condividono interessi, attività e preoccupazioni [*ibidem*: 172]. Per definire quest'unione di persone userò il concetto di *famiglie creative*, intendendo una sorta di (sotto)comunità artistica di "elezione" che ha il piacere e la voglia di *fare le cose insieme*, in cui ciascun membro mobilita il proprio capitale sociale per aiutare gli altri membri, senza che questa mobilitazione sia da considerarsi esclusivamente rivolta all'interno del gruppo e impedisca il formarsi di un «capitale sociale di reciprocità»²⁴¹ attraverso "legami-ponte" integrati.

²⁴¹ Pizzorno [1999: 380-382], che distingue tra «capitale sociale di solidarietà» e «capitale sociale di reciprocità», definisce quest'ultimo come quel capitale che «si costituisce nella relazione tra due parti, in cui l'una anticipa l'aiuto dell'altra nel perseguire i suoi fini, in quanto ipotizza che si costituisca un rapporto diadico di mutuo appoggio»; perché questo tipo di capitale sociale si

Intendo innanzitutto precisare la natura di questo concetto, ragionando per somiglianza e/o differenziazione con altri, usati per definire le aggregazioni che si formano all'interno di comunità artistiche, e lavorative in generale; in particolare gli studi a cui ho fatto riferimento sono quelli sulle élite intellettuali e i movimenti artistici di Charles Kadushin, sui circoli scientifici di Diana Crane, sui "cenacoli" artistici dell'America degli anni '30 di Marcia Bystryn, sulle cerchie collaborative e gli artisti di Soho, rispettivamente condotti da Michael Farrell e Charles Simpson.

Le famiglie creative di sceneggiatori televisivi si caratterizzano innanzitutto per essere formazioni dinamiche, dai confini non definiti e fluidi: al pari di ogni *social circle*, concetto originariamente introdotto da Simmel²⁴² di cui Crane fu una delle prime a dare una definizione compiuta, l'interazione tra i suoi membri, pur abituale, non è regolata da norme e vincoli di appartenenza così come non sempre sono chiari i criteri di accesso (e di "selezione", seppur informale) né l'eventuale mobilità da un tipo di famiglia ad un altro. Non si tratta, si badi bene, di catene (o network) di interazioni indirette: mentre ad esempio all'interno delle cerchie sociali di scienziati [Crane, 1972] non vi è una conoscenza diretta di tutti i membri tra loro, le nostre famiglie si caratterizzano invece per essere tendenzialmente un *face-to-face group*. Questo vale in genere sia per gli sceneggiatori collocati al centro (*inner circle*) di una famiglia sia per la selva di relazioni che si stabiliscono con le varie cerchie periferiche. In altri termini, si tratta di un sistema di rapporti, ora paritari ora gerarchici, strutturato con un *core* denso, di individui che interagiscono stabilmente tra loro, e una periferia di altri, legati al centro e tra loro da reti a maglia larga. Definirò nei paragrafi che seguono la natura dei rapporti tra centro e periferia relativamente a ciascun tipo di famiglia; ora, la questione più generale da chiarire è: perché unirsi?

Per definizione, una cerchia sociale si costituisce a partire da problematiche comuni ai membri, i quali condividono bisogni e interessi, variabili nel tempo [Bystryn, 1981: 120]. Ci si può così "riunire" in nome di una fede estetica da diffondere, ma anche per un orientamento politico comune o una posizione simile intorno ad una certa questione politica (in questo caso artisti e non-artisti si mescolano), o ancora sulla base di preoccupazioni pratiche ed economiche relative al come guadagnarsi da vivere, o infine per reciproco supporto. Collocando in un continuum gli «*artistic social circles*» studiati da Bystryn, la sociologa riconosce ad un estremo quei circoli che si concentrano innanzitutto sulla promozione (commerciale) del lavoro artistico e a quello opposto gruppi uniti dalla pura circolazione delle idee, da uno scambio intellettuale su questioni estetiche («*idea circle*»), da fini non strumentali (o almeno non immediatamente tali). Non solo le tessiture e connessioni, gli avvicinamenti e distanziamenti, che caratterizzano le famiglie creative sono determinati da una comunanza di esigenze

formi non è necessario «assumere la presenza di un gruppo coeso», ovvero esso «si manifesterà più probabilmente sulla base di legami deboli (nel senso di Granovetter) che di legami forti». Il concetto tornerà utile in particolare nell'analisi della famiglia-comune.

²⁴² Simmel [1908; Cfr. il capitolo "Intersezioni delle cerchie sociali"] usa l'espressione cerchia sociale per indicare unità, associazione, raggruppamento: in particolare, «ogni cerchia sociale è definita dalle azioni reciproche messe in atto dai soggetti sulla base di spinte, motivazioni e/o interessi di tipo individuale» [Di Nicola, 1998: 42]. Una cerchia quindi ha un contenuto ed una forma specifici dati dalle relazioni differenziate che il singolo intreccia.

e necessità, aspettative e valori, ma anche nel nostro caso si va da aggregazioni familiari tenute insieme da bisogni prima di tutto lavorativi ad altre spostate su problematiche ideologiche di più ampio respiro.

Seguendo la classificazione proposta da Kadushin [1968] che individua quattro forme di cerchie sociali, variabili per interessi condivisi, per struttura interna e per il legame che stabiliscono con le organizzazioni formali esterne, si direbbe che le nostre cerchie familiari sono un ibrido trasversale ad almeno tre dei quattro tipi esaminati: possono infatti essere considerate circoli culturali, ovvero legati a interessi di tipo “espressivo” [Wilson, 1964; Podhoretz, 1968] e insieme utilitaristici, tesi a commerciare beni e servizi con entità/industrie esterne, ma sono anche circoli integrativi, ovvero che derivano dalla condivisione di un’esperienza, il lavoro innanzitutto [Lipset, Coleman e Trow, 1956] ma anche la condizione contestuale ad esso. Di nuovo, se alcune famiglie appaiono più spostate su quest’ultimo aspetto e sono più libere ed egualitarie nella struttura, altre hanno interessi puramente culturali e si caratterizzano per una tipica struttura centro-periferia, con un centro di «produttori di simboli» e una periferia di «consumatori e *validators*» degli stessi [Kadushin, 1968: 692]. Tutte le famiglie poi possono essere considerate come «cerchie utilitaristiche» [*ivi*] dal momento che confezionano un prodotto per il mercato. Questo è il fine ultimo di ciascuna famiglia, nonché la sua principale funzione implicita.

Non va trascurata poi la natura collaborativa delle famiglie creative in una combinazione virtuosa tra amicizia e lavoro: Farell [2003: 11] col termine «*collaborative circle*» definisce un «gruppo primario di pari che condividono obiettivi occupazionali simili e, dopo un lungo periodo di dialogo e collaborazione, anche una visione comune che guida il loro lavoro». Due nozioni sono importanti in questa definizione: primo, quella di *gruppo primario*, ovvero di un ristretto numero di persone con rapporti intimi, duraturi, e diretti di parentela in senso ampio (l’autore parla di «surrogato della famiglia») ²⁴³; e, secondo, quella di *visione comune* che corrisponde ad una condivisa percezione del lavoro (che cos’è un buon lavoro, come si lavora, ecc.), ad uno stile artistico di riferimento, ad una serie di consuetudini creative che influiscono sull’artista anche quando lavora da solo ²⁴⁴. Similmente, i gruppi (ristretti) di artisti che gravitavano intorno alla Soho dei primi anni ’80, studiati da Simpson [1981], partecipavano della vita dei vicini-colleghi con grande empatia umana e si dimostravano disponibili nell’aiutare gli amici in caso ad esempio di ricerca di lavoro (quasi sempre all’interno dello stesso gruppo si lavorava per lo stesso medium, come la fotografia, la danza, ecc.).

Se dunque le cerchie familiari sono caratterizzate da senso di solidarietà interna e di appartenenza, per cui le reti forniranno tanto più supporto quanto maggiore sarà il livello solidaristico interno al gruppo, manca quasi del tutto l’aspetto “contro”: i membri delle diverse famiglie non ci appaiono infatti in

²⁴³ I suoi membri arrivano, coscientemente o meno, a considerare gli altri come un fratello e/o una sorella, il gruppo come una grande famiglia, e il “mentore” alla stregua di una figura paterna. Fischer [1982] sostiene ad esempio che circoli di questo tipo si formano più frequentemente nella *upper-middle-class* che vive in contesti urbani, dal momento che le amicizie della *working-class* che vive nelle aree rurali coinvolgono i membri della famiglia e i vicini di casa.

²⁴⁴ «Per i membri delle cerchie di collaborazione, il lavoro di ognuno è l’espressione della visione condivisa all’interno della cerchia e filtrata attraverso la sua personalità » [Farrell, 2001: 12].

conflitto ma coabitano piuttosto pacificamente proprio in virtù delle loro diverse collocazioni all'interno del campo. L'altro rispetto al sé-familiare può costituire al massimo un elemento su cui costruire, per differenziazione, il proprio originale bagaglio identitario.

Abbiamo visto che questi “*focused network*” si caratterizzano per il fatto che al loro interno avviene una commistione tra sfera lavorativa e “affettiva”; per questo il concetto di famiglia creativa non va confuso con quello di team lavorativo, che identifica vere e proprie squadre di sceneggiatori create *ad hoc* per ogni singolo prodotto, seguendo criteri che variano a seconda in genere del formato televisivo e della casa di produzione. Certo, le due dimensioni tendono ad intrecciarsi: le famiglie possono essere o essere state anche team di scrittura, e spesso le stanze di scrittura sono diventate, come vedremo, il terreno di incontro di sceneggiatori confluiti poi in un reticolo familiare comune. Detto altrimenti, uno sceneggiatore è inserito (contemporaneamente) in gruppi di collaborazione formali e definiti (i team di scrittura appunto) e in un clan tenuto insieme da una parentela (simbolica). Se i team durano quindi il tempo di un progetto (salvo diversa disposizione da parte del produttore, che può richiamare l'intero gruppo per la stagione successiva della serie o affidare agli stessi sceneggiatori nuovi progetti), le famiglie, seppur in continuo divenire, tendono a durare nel tempo, rappresentando per il singolo un punto di riferimento e insieme una garanzia di maggiore stabilità per la sua posizione di status, altrimenti più incerta. Le reti informali infatti sono importanti per il successo lavorativo [Brass 1985; Burt 1992] non solo perché aprono la possibilità di occupare nuove e migliori posizioni ma anche perché minimizzano i rischi stessi di carriera [Adler, 1979: 77], funzionando come una sorta di ufficio collocamento.

La tipologia che sarà considerata in questo capitolo non è naturalmente da considerarsi né esaustiva né tantomeno rigida. I tipi di famiglia creativa vanno piuttosto maneggiati come insiemi aperti: la loro apertura è data dal fatto che l'appartenenza ad un gruppo familiare non esclude la contestuale affiliazione ad un altro o il passaggio da un tipo all'altro magari in momenti diversi della carriera. Come racconta ad esempio Simone, che nel periodo in cui ci siamo conosciuti vedeva concretizzarsi due collaborazioni importanti, una con un regista televisivo e l'altra con una coppia di autori cinematografici:

“cambiare sistema di collaborazioni significa molto spesso cambiare tante cose: cambiare impostazione editoriale, cambiare le persone con cui costruire progetti, cambiare produttori, registi, coautori, cambiare il sistema dentro il quale ti orienti, lavorare con un coautore di peso o un regista importante che ti permette e ti apre la possibilità che tu senti inesplorata dentro di te di andare a collocarti in zone editoriali, in tipi di prodotto, in tipi di linguaggio che ti senti dentro e hai voglia di sperimentare” (Simone).

In questo passaggio oltre ad essere palpabile la commistione tra gruppo di lavoro e sistema di relazioni informali più sopra evidenziato, si chiarisce il fatto che se nuovi assetti familiari sono possibili, questi comportano per il singolo una serie di “novità” che vanno ben oltre il semplice cambio di colleghi di scrittura: si tratta di idee editoriali, modi di lavorare, “*possibilità inesplorate*” che diventano

strade percorribili, sistemi di orientamento alla professione elaborati in modo diverso. Tutto questo fa lo scarto tra un tipo di famiglia ed un altro.

Per riassumere, in questo paragrafo ho introdotto la nozione di famiglia creativa con la quale identifico quelle reti di relazione privilegiate entro cui ciascuno sceneggiatore risulta inserito, caratterizzate da: fluidità dei confini, durevolezza dei rapporti, condivisione di intenti. Intendo quindi la “famiglia” come una forma di aggregazione degli interessi, come un luogo di divisione del lavoro professionale e come l’ambito di un “comune sentire”. Di qui ho individuato, analizzando i multiformi legami tra gli sceneggiatori televisivi e la natura differente (a tratti divergente) di queste compagini relazionali, cinque tipi di famiglie creative che considererò una per una nei prossimi paragrafi: la famiglia-bottega, la famiglia-comune, la famiglia-Ikea, i senza-famiglia, e il circolo degli intellettuali.

4.2. A bottega: maestri, operai e apprendisti

4.2.1. Aspetti della famiglia-bottega

Il primo tipo di clan familiare individuato trova nella bottega artigiana la sua metafora più calzante. L’organizzazione del lavoro in botteghe, prassi comune a tutti i campi della produzione, discende dall’epoca antica ma diventa basilare nel secondo Medioevo con l’avvento della società comunale: in quel periodo la struttura interna delle botteghe assume una forma, quella con cui la conosciamo oggi, nettamente gerarchica, abbandonando il sistema della “maestranza”, in cui diverse personalità operavano insieme in modo casuale e paritetico, ma mantenendo la sua caratteristica essenziale di essere un luogo di incontro, di ricerca, di studio, oltre che di lavoro. Che poi è quel che avvenne anche nel mondo di celluloido: in Italia, le botteghe di scrittura nacquero infatti con il cinema degli anni ’50 e si caratterizzarono come crocevia di una pluralità di voci, le cui idee andavano a confondersi nel plico di pagine del copione rimanendo sostanzialmente anonime²⁴⁵. Nel passaggio da un film all’altro le personalità coinvolte miglioravano l’affiatamento, affinavano uno stile comune, crescevano in progettualità: e da queste “ammucchiate”, termine coniato da uno dei suoi partecipanti – Cesare Zavattini – si crearono simbiotiche collaborazioni tra sceneggiatori e registi, strutturatesi poi nelle attuali botteghe²⁴⁶.

²⁴⁵ Villa [2006: 145] individua nell’anonimato la cifra comune delle sceneggiature del periodo: «a quei tavoli – spiega – passano letterati, intellettuali, uomini di mestiere cinematografico che spesso non trovano posto nei *cast and credits* dei film prodotti. Gente di passaggio che condivide un’esperienza più che un lavoro»; in altri termini, «restare anonimi, confondendosi nel gruppo, rinunciando all’individuale paternità di una sceneggiatura sembra in questi anni, oltre che una precisa modalità produttiva, un obiettivo da perseguire» perché quel «porto franco ideologico» appariva come il luogo ideale in cui poter «operare, sperimentando un’emancipazione dal passato» neorealista [*ibidem*: 147].

²⁴⁶ In questo paragrafo farò riferimento a quattro “famiglie-bottega” emerse nel corso delle interviste. Tre sono attualmente in attività (una lavora sia su progetti cinematografici che televisivi, una ha lavorato in passato per il cinema ed ora è impegnata prevalentemente in televisione, una è esclusivamente televisiva) mentre la quarta sopravvive nel ricordo degli scrittori

L'antica bottega si componeva, in ordine discendente, di un maestro a capo del laboratorio artigiano, di maestri occasionalmente ospiti, di assistenti, operai salariati, e apprendisti. Anche nel modello di bottega attuato nell'audiovisivo il gruppo ristretto dei suoi membri è organizzato secondo la medesima struttura piramidale: il maestro è uno sceneggiatore (o una coppia) di lungo corso, affermato e di formazione cinematografica; i maestri ospiti sono gli altri capi bottega (o sceneggiatori anziani senza bottega) con cui possono esserci collaborazioni occasionali su un progetto specifico; gli assistenti sono sceneggiatori esperti e già formati, che continuano a rimanere "a bottega" in qualità di fidati collaboratori; gli apprendisti (in genere tra i venticinque e i trent'anni) sono scrittori aspiranti o alle prime armi che dopo un periodo di apprendistato variabile (a discrezione del capo bottega) vengono "promossi" al ruolo di operai salariati (*journey-men*).

L'accesso a queste officine creative avviene per lo più in giovane età, "a chiamata" o su presentazione: nel primo caso lo sceneggiatore anziano conosce già lo stile e le potenzialità dell'aspirante scrittore, perché ne è stato l'insegnante (al Centro sperimentale o in altri corsi di sceneggiatura) o si è trovato a leggere un suo lavoro in veste di giurato a qualche festival; nel secondo caso una terza persona gli suggerisce il nome del giovane, che in genere viene "testato" attraverso una prova di scrittura ufficiosa (l'invenzione di una scena, la stesura di un dialogo o la caratterizzazione di un personaggio) o valutando il materiale che ha già prodotto. «Il verdetto del maestro [è] definitivo, senza appello» [Sennett, 2008: 64].

Una coppia di sceneggiatori, già attiva in ambito televisivo, racconta ad esempio di essere stata sottoposta a un *provino* per l'ammissione nella cerchia di scrittura dei cosiddetti "cinepanettoni" per il cinema²⁴⁷: dal momento che l'episodio del test fu poi effettivamente inserito nel film, i due ne firmarono soggetto e sceneggiatura (insieme al resto del team) ed entrarono di diritto in quella bottega cinematografica. Diversamente da questo episodio, quando l'entrata in bottega è corrisposta – com'è avvenuto per molti degli intervistati – all'entrata nel campo dell'audiovisivo in generale, l'apprendistato ha comportato invece quasi sempre un periodo di anonimato, simile a quello dell'apprendista delle botteghe pittoriche ai tempi di Giotto, che riceveva solo vitto e alloggio e imparava l'arte della pittura, prima preparando i colori ed esercitandosi nel disegno e poi, una volta appresa la tecnica, dedicandosi a compiti più

over40 oltre che nel *pedigree* lavorativo di molti. Di famiglie di questo tipo, che lavorano (anche) per il mezzo televisivo, ne ho individuate almeno altre due, ma nessuno degli intervistati ne aveva fatto parte in passato o ne faceva parte al momento del nostro incontro.

²⁴⁷ Neologismo coniato, in origine in senso dispregiativo, per definire i film comici di produzione italiana in uscita nelle sale cinematografiche nel periodo natalizio. Si tratta di pellicole "di massa" che annualmente fanno registrare un record d'incassi; a partire da *Vacanze di Natale '90* la formula ormai collaudata prevede un canovaccio narrativo rigido (una vacanza in giro per il mondo e un intrecciarsi di situazioni e personaggi), una comicità triviale, un regista di lungo corso (negli anni si sono alternati Enrico Oldoini, i fratelli Vanzina e Neri Parenti) e un gruppo di sceneggiatori più o meno fissi, una coppia riconoscibile di attori (Massimo Boldi e Christian De Sica; dal 2006 con la rottura di questo sodalizio attoriale è rimasto il solo De Sica) attorno a cui ruotano personaggi famosi di richiamo, per lo più televisivi. Il gruppo di sceneggiatori impegnati in questa operazione commerciale non costituisce una vera e propria famiglia, ma piuttosto un mix tra la vecchia formula dell'"ammucchiata" e il gruppo di scrittura "semi-permanente" [Blair, 2001].

complessi²⁴⁸. Nel corso della sua “gavetta” anche il novello sceneggiatore lavora in veste di “negro” (ruolo analizzato nel capitolo precedente), ovvero partecipa alle riunioni ideative o addirittura scrive (parte del soggetto, una puntata, ecc.) ma non appare nei *credits*, o in veste di “passacarte” e “portatore di caffè”²⁴⁹, con mansioni cioè più da segretario che da creativo, come ad esempio prendere appunti durante le riunioni di revisione e redigere poi un report dettagliato delle note fatte dalla committenza, o battere a computer gli “scarabocchi” (correzioni) che il capo-sceneggiatore appunta a margine della sceneggiatura cartacea. In gioco c’è la (tacita) promessa – una sorta di attualizzazione del «giuramento religiosamente sancito» [Epstein, 1998]²⁵⁰ – che a partire dal progetto successivo, o comunque quando il capo-bottega lo riterrà opportuno, il giovane entrerà anche nominalmente nella squadra di lavoro e, potendo co-firmare, aumenterà le proprie possibilità di spendersi l’esperienza maturata anche fuori della bottega. Si veda al riguardo il racconto che segue riferito da una capo-bottega:

“io ho chiesto un assistente perché non ce la facevo, e quindi questo assistente che doveva tipo aiutarmi perché sai io facevo le correzioni a mano velocemente e lui me le metteva su computer... quindi una specie di segretario che mi ha dato la produzione, che ovviamente essendo un aspirante sceneggiatore dopo è diventato anche sceneggiatore... diciamo che c’era questo patto che dopo un anno di assistentato poteva diventare sceneggiatore effettivo” (Elena).

Il “patto” di cui parla Elena tra lo sceneggiatore *senior* e l’aspirante sceneggiatore è di tipo informale e spesso di natura tacita, nel senso che il secondo non sa precisamente quanto durerà il periodo di “*assistentato*”: il rapporto è improntato sulla fiducia reciproca, che il giovane non abbandonerà il maestro a metà progetto preferendovi un altro lavoro meglio retribuito e che il capo bottega manterrà fede alla tacita promessa di una promozione sul campo non appena se ne presenterà l’occasione.

²⁴⁸ Il rapporto maestro-allievo richiama, per alcuni aspetti, la pratica del “*coaching*” così come descritta da Strauss [1959: 110]: «esiste una relazione di *coaching* se qualcuno cerca di far muovere qualcun altro lungo una serie successiva di step, quando non esiste una sequenza del tutto chiara di questi passaggi». Da una parte quindi, il maestro butta l’allievo *in media res*, nelle situazioni, attraverso una serie di tattiche, descritte da Strauss, come sfidare l’allievo mettendolo sotto pressione; dall’altra il «pupillo sta in larga misura mettendo un destino che gli è ignoto nelle mani di un mentore che presumibilmente sa dove lo sta conducendo» [*ibidem*: 114]. Un mentore che, come sottolineano Melucci e Neresini [1994: 202], «per certi aspetti fa un investimento, cioè dà credito, a favore degli apprendisti destinando risorse finanziarie, tempo e persone alla loro formazione».

²⁴⁹ Quest’espressione è rubata alla vita di set: chi porta i caffè al regista, agli attori, e a tutta la troupe è in genere il cosiddetto “assistente volontario”, un aspirante regista che è lì a titolo gratuito per imparare il mestiere sul campo. Il suo ruolo corrisponde dunque a quello del “negro” nelle sale di scrittura. Spesso gli intervistati fanno uso della medesima espressione per definire il ruolo, secondario e subalterno, avuto nei primi progetti a cui hanno lavorato.

²⁵⁰ Tale giuramento/contratto obbligava il maestro artigiano a migliorare le abilità dei suoi giovani apprendisti e gli apprendisti a non divulgare i segreti del loro insegnante; al contempo li proteggeva dall’«opportunismo dei loro maestri, che avrebbero altrimenti potuto sfruttarli come manodopera a buon mercato» [Epstein, 1998: 691]. «Questi vincoli legali e religiosi [...] sanciva[no] il *rispetto* reciproco tra padre affidatario e figlio» [Sennett, 2008: 68].

La pratica della non-firma in questo tipo di contesto non viene quindi considerata “illegale”, pur essendolo di fatto, ma è vista piuttosto dai suoi protagonisti, sia mastri che garzoni, come una consuetudine – più del passato che del sistema industriale attuale – accettata per il suo carattere provvisorio e accettabile in quanto fonte di conoscenza. La bottega da questo punto di vista viene narrata dai suoi protagonisti più giovani come una vera e propria palestra di vita, dove il neo-entrato “sopporta” le norme non scritte (quasi iniziatiche) che precedono l’inclusione ufficiale, e che possono essere appunto non firmare, ma anche non essere pagato o dover parare i colpi dati dalla stratificazione interna. Questa stratificazione non è solo data dall’età ma, almeno fino a fine anni ’80, anche dal genere, come racconta questa sceneggiatrice:

“Quando ho cominciato io la sceneggiatura era un mondo molto maschilista [...] ero a disagio perché in questo caso io ero l’unica donna di fronte a sei sceneggiatori maschi, che cominciavano naturalmente com’è l’abitudine romana e toscana – perché Benvenuti e De Bernardi sono toscani – con il solito sfottò soprattutto maschilista, quindi battute contro le donne e via dicendo, quindi insomma c’è stato da incassare sotto questo aspetto! Fatto questo primo passaggio sono cominciati un po’ di lavori al nero di sceneggiature televisive: una era una sitcom per ragazzi... Al nero, senza firmare... Però ecco, voglio dire, io alla fine avevo fatto 50 sceneggiature da 25 [minuti], quindi insomma si lavora, è comunque una scuola: direi che per me è stata quella che per molti è stata poi la scuola delle soap” (Lucia).

I primi tempi in bottega quindi, sospesi tra goliardia e “nonnismo”, sono anche periodi di fatica psicologica, in cui l’ultimo arrivato (nel caso di Lucia l’ultima arrivata oltre che l’unica donna, già peraltro madre) deve “*incassare*” (più che reagire) e lo fa perché è consapevole che quella è un’occasione per il suo futuro, oltre che “*una scuola*”, in tempi in cui non esisteva una qualsivoglia formazione (“ufficiale”) precedente al campo e quello era pressoché l’unico modo per avervi accesso.

Anche per questo, a prevalere nel giovane apprendista è soprattutto la gioia di partecipare, di essere immerso in una specie di sogno ad occhi aperti in cui i maestri diventano quasi delle figure mitiche, dei “mentori” appunto [Farrell, 2001] o dei “fari” (Paolo), per cui l’esperienza della bottega è vissuta come un “privilegio” e una “fortuna”. Riporto di seguito tre esperienze molto simili legate al ricordo di avventure giovanili di bottega “al servizio” di tre diversi maestri:

“Stavamo in un mondo che ci sembrava magico, quello era fare un film che poi ti pagavano o no, eri talmente contento che tutto il resto non contava niente” (Alvise).

“...quello diventava una specie di grande, come dire, pezzo di vita... perché appunto io arrivavo, sentivo il rumore del cucchiaino del caffè – che lo girava mille volte Benvenuti! Proprio perché era il piacere di prendersi il tempo, no? – e poi ti raccontavano cosa avevano fatto la sera prima, i film...” (Angelo).

“ah, e poi un dolcissimo periodo di cinema fatto con Piero Natoli, che era un regista amico a cui ero molto affezionata. Con Piero si lavorava proprio in un modo differente: cioè si parlava per un anno andando a giocare a villa borghese o allo zoo e poi la sceneggiatura si scriveva magari in un mese, però era molto vissuto ecco... era una vita in comune... [...] era un suo modo di fare cinema, [...] che però mi ha divertito tanto, salvo che io continuavo a fare la radio perché io comunque dovevo vivere, lui non so come facesse a vivere” (Elena).

Come si può vedere, l'aspetto produttivo non è direttamente al centro di questo tipo di “famiglia”. Immerse in un ambiente caldo fatto di luoghi familiari (per lo più la casa del capo bottega o il suo ufficio, ma perfino lo zoo) e tempi rarefatti (il caffè assaporato con gusto da Benvenuti e le passeggiate e i giochi a Villa Borghese con Natoli), le botteghe si caratterizzano allo stesso tempo come circoli dell'immaginario (quello cinematografico che i vecchi avevano fatto e a cui i giovani aspiravano) e scuole del fare, dove il giovane impara il mestiere sul campo, dalla stretta vicinanza con gli anziani, i quali più che “dire” si lasciano osservare, scrutare quasi, perché “*non c'hanno la ricetta*” (Angelo) e passano una certa visione dell'essere artista e sceneggiatore che si riassume in un “*guardo, vado per strada, vedo le cose, me le ricordo, sto attento alla gente, faccio le domande, sono curioso, mi appassiono alle storie degli altri*” (Alvise). Le regole di scrittura e le necessità economiche sembrano del tutto accessorie.

Questa atmosfera di condivisione, rispetto e abitudine allo stare insieme non sparglia comunque i ruoli che restano sempre molto chiari e si strutturano attorno all'unico vero e riconosciuto leader: come nella comunità emozionale weberiana che «trova nel capo il suo centro di attrazione e il mediatore di tutte le relazioni» [Zaretti, 2003: 54] – per cui «tutta l'autorità sta nel vertice che la delega e la ritira a suo piacimento» [ibidem: 55] – anche l'anziano sceneggiatore ricopre un ruolo autorevole e carismatico, riconosciuto sia dalla comunità professionale, e in particolare dai membri del suo “clan”, che dagli altri lavoratori dell'industria audiovisiva.

Il capo bottega si occupa di organizzare e definire il lavoro, di distribuire i compiti, di garantire l'omogeneità del risultato e la realizzazione dei passaggi principali. In altre parole, è suo il “marchio” apposto sul prodotto e a lui spetta il compito di direzione generale dei lavori. Consideriamo il passaggio che segue in cui Elena, non più giovane ed inesperta “allieva”, ha ora le redini di un gruppo di fidati collaboratori:

“Fermo restando che io ho sempre cercato di rispettare i punti di vista, di ascoltare, di dare la mia esperienza ma prendere la loro, perché c'è sempre da imparare, però va da sé che in una squadra come quella di XXXX [titolo serie], l'ultima parola è la mia! Sono d'altronde io che vado a combattere e a sentire tutte le problematiche di cui mi faccio carico” (Elena).

Questa sceneggiatrice, vera e propria “signora” della fiction italiana, ha così espresso il suo ruolo di maestra di bottega: da un lato, all'interno, ha il diritto dell'“ultima parola”, un diritto di veto che coinvolge le decisioni narrative e non, dall'altro, all'esterno, ha il dovere/onere di farsi portavoce del suo team di

collaboratori presso le case di produzione e i network, sostenendone la forza e la coesione, difendendone le scelte artistiche, sedendosi al tavolo del dialogo con la committenza, e sponsorizzando nuovi progetti a nome dell'intera squadra, di alcuni suoi componenti, o anche di qualcuno esterno che a lei si rivolge con un'idea. Consideriamo al riguardo l'estratto che segue:

“I miei ragazzi, i collaboratori di XXXX [titolo serie], ma a volte anche altri, se hanno un'idea me la portano, io dico ‘dai, carina questa... sviluppiamola!’ o ‘questa non me ne frega niente’... M’avevano portato questa storia di un casale, XXXX [nome produttore] mi ha detto ‘che cosa avete per Mediaset?’. Io ho detto: ‘Guarda abbiamo un’idea pam pam, te la sviluppiamo in mezza paginetta!’[...] Diciamo che sono richieste però alla richiesta ero pronta, sono quasi sempre pronta perché appunto avendo questa bottega ampliabile se c’è un buon progetto, qualcuno mi porta un buon progetto, io dico ‘va bene dai, confezioniamolo in un determinato modo’ e poi lo sponsorizzo [...]. Insomma la bottega esiste perché se mi si porta un buon progetto, magari può capitare che io abbia più facilmente una richiesta che non il ragazzo che me l’ha portato, allora il ragazzo che me l’ha portato entra dalla porta principale” (Elena).

Questo discorso anticipa un aspetto caratteristico di queste forme familiari: la riconosciuta reputazione di cui gode il capo-bottega nell'ambiente dello spettacolo in generale, fa sì che i produttori si rivolgano a lui/lei in cerca di idee e che questa richiesta venga sfruttata per agevolare l'accesso al campo – “*dalla porta principale*” ovvero con regolare contratto presso il produttore – di un pupillo-allievo. Lo sceneggiatore-capo quindi, facendo leva sulla propria reputazione e sul suo potere simbolico, funziona da *gatekeeper* nel proporre alla rete o ad un produttore un'idea (*concept*) che a sua volta gli è stata proposta. In questo caso il sistema di *gatekeeping* è quello di “preselezione” [Hirsch, 1970; 1977]: il vecchio maestro assumerebbe in qualche modo il ruolo che Hirsch assegna in ambito musicale all'agente. Entrambi infatti, una volta vagliato il materiale creativo, agiscono da *talent scout* presso il produttore che dovrà fornire il capitale necessario per l'attivazione del progetto. Se l'operazione andrà a buon fine l'agente ne avrà un immediato ritorno economico e lo sceneggiatore *senior* firmerà un lavoro, di cui non è il primo ideatore, insieme ad un giovane scrittore. Facendo riferimento a “*i miei ragazzi*” Elena racconta poi, con gli occhi del capo, di uno scambio generazionale che differenzia profondamente la bottega dalle altre forme di famiglia: da un lato, i “vecchi” condividono con i giovani il loro immaginario cinematografico e letterario e trasmettono un modo di lavorare squisitamente artigiano; dall'altro, i giovani che entrano in bottega vengono scelti per il talento, l'entusiasmo, le storie da raccontare, la voglia di “fare il cinema” e di mettercela tutta per riuscirci. Si veda anche quanto afferma Carla a proposito dei giovani che aspirano ad entrare nel campo come sceneggiatori:

“Ho tenuto un corso di sceneggiatura dove per lo meno la metà degli allievi quando chiedeva perché sei qui loro mi rispondevano ‘mah, voglio provare’, ‘voglio vedere se mi interessa’, ecco a me il voglio vedere se mi interessa già mi mal dispone... cioè, non predico la passione assoluta – forse questo è un po’

vecchio stile – però il voglio vedere se mi interessa già mi racconta che non sei molto capace! [...] Secondo me, deve esserci emozione in chi scrive, io mi emoziono quando scrivo! [...] Io ci ho messo tanto per entrare nel sistema perché il sistema mi respingeva! Certo se uno vuole il tutto e subito come questi ragazzi che subito immediatamente entrano nel circuito della lunga serialità e guadagnano subito, non fanno sacrificio... io credo che anche psicologicamente per costruirsi il carattere del rifiuto futuro... perché la forza di uno sceneggiatore è quella di accettare anche a distanza di tanto tempo quando si è, quando si pensa di essere, arrivati, di accettare delle sconfitte, se non si costruisce quel carattere si resta nella totale mediocrità! Io credo che si debba innanzitutto costruirsi un carattere che è quello di accettare, non dico con gioia ma favorevolmente, anche una sconfitta perché si capisce allora che non si è mai MAI arrivati” (Carla).

Da questo estratto emergono tre ordini di riflessioni: primo, i “parametri” sui quali si fonda la selezione dell’aspirante sceneggiatore; secondo, l’importanza di un *training* (anche duro) al campo; e, terzo, la percezione che i tempi siano cambiati. Di quest’ultimo punto mi occuperò in seguito; consideriamo invece brevemente i primi due. Il discorso di Carla esplicita che la scelta dei giovani da introdurre al mondo della sceneggiatura è innanzitutto una scelta “di cuore”: nelle sue parole infatti non c’è un riferimento alle qualità tecnico-narrative di cui dev’essere dotato uno sceneggiatore “*capace*”, ma piuttosto una chiara allusione alla motivazione che questi deve avere. Ponendo l’accento sul forte desiderio a fare questo mestiere, sull’“*emozione*” che deve dare la scrittura, sulla pazienza e la tenacia dell’attesa rispetto al volere “*il tutto e subito*”, Carla, e con lei altri sceneggiatori affermati della vecchia scuola cinematografica, ammettono di accordare la loro fiducia (a) e scomodare le proprie influenti conoscenze per quei giovani che si dimostrano più motivati, più appassionati, più ostinati e disposti ad accettare anche un lungo periodo di anticamera alla professione. Forse, potremmo azzardare, i giovani che più assomigliano a quella figura di giovane un po’ mitizzato dei loro esordi. Di qui la convinzione, da parte dei vecchi mastri, che la vita di bottega, così come l’ho raccontata finora, resti un’esperienza formativa imprescindibile “*per costruirsi il carattere*”, per accettare rifiuti e sconfitte, per non sentirsi “*mai arrivati*”, in definitiva per non montarsi la testa e andare, con spirito di “*sacrificio*”, per gradi.

La famiglia-bottega si caratterizza per essere un mondo chiuso, per il rigido sbarramento all’ingresso la cui decisione spetta al solo capo-bottega, e relativamente stabile, per via della posizione granitica occupata dal suo leader e la forza accentratrice che esercita. Se il vertice di questa struttura piramidale rimane fisso, la sua base è invece più mobile. Lo sceneggiatore più anziano infatti rimane stabilmente a capo della famiglia che a lui deve la sua stessa esistenza; contestualmente, il team di collaboratori risulta più volatile con sceneggiatori che dopo alcuni anni in bottega si staccano e vanno a costituire, come vedremo, nuovi tipi di famiglie, insieme ad altri che continuano a collaborare solo su alcuni progetti combinandoli ad un’attività di scrittura in proprio. La decisione di intraprendere una strada autonoma archiviando l’esperienza della bottega come un periodo di gavetta non comporta per lo sceneggiatore una vera e propria uscita da quella che potremmo definire la sua famiglia d’origine: nonostante il rapporto di

lavoro si allenti, non viene meno una sorta di affiliazione simbolica che incide anche sulla reputazione successiva del singolo. Lo sceneggiatore cresciuto in una famiglia-bottega è infatti quasi sempre associato al suo “mentore” più che ai progetti ai quali ha lavorato, e questo anche molto tempo dopo che la collaborazione si è interrotta. Mi è accaduto spesso nel corso delle interviste o di conversazioni informali *off-record*, che riferendosi ad un collega e per chiarirne la posizione – situandolo in un campo di conoscenza che supponeva condiviso anche da me – il mio interlocutore precisasse “*ha lavorato un sacco con Scardamaglia*”, oppure “*scrive con Petraglia*”, o ancora “*era il pupillo di Benvenuti*”, ecc.²⁵¹. Questo sceneggiatore racconta ad esempio come la sua reputazione di autore si sia cementata, molto prima che egli stesso se ne rendesse conto, in virtù del network lavorativo in cui si è trovato inserito fin dall’inizio della sua carriera:

“ero stato chiamato a giocare in una squadra che solo per il fatto che ero stato chiamato a giocare in quella squadra era evidente che io ero un professionista – era evidente agli occhi del mondo non ai miei! –. Mi portavo dietro un bagaglio, la cui portata io non ero in grado di valutare non conoscendo questo mondo, però un bagaglio molto lungo di esperienza di drammaturgia vera che poi dopo si rivelava efficace, utile” (Simone).

Questo significa che entrando a far parte di questo tipo di famiglia lo sceneggiatore giovane viene “dotato” di un capitale sociale “comunitario” elevato, ovvero può fruire di una rete di conoscenze e rapporti di cui altrimenti (da solo) non disporrebbe. Intuitivamente infatti, l’apprendista sceneggiatore della bottega non solo avrà un capitale (sociale ma anche culturale) d’ingresso povero ma, cosa più importante, dipenderà dal suo maestro nella formazione dello stesso [Farrell, 2001]: come il maestro artigiano «aveva un ruolo semplice e chiaro, quello di ampliare gli orizzonti del ragazzo [apprendista] al di là del dato contingente dei suoi natali» [Sennett, 2008: 69], anche il nostro capo-bottega si impone come una figura paterna (o materna) forte, capace di trasmettere sapere, condividere informazioni e trasferire capitale, prima culturale, poi sociale, ed infine economico, anche in un momento in cui «un limite concreto alla vitalità a lungo termine della bottega artigiana» [*ibidem*: 78] sembra essersi reso manifesto. Di questo limite, e delle relative implicazioni, mi occuperò nella sezione che segue.

4.2.2. Crisi della famiglia-bottega (?)

Calato nel panorama dell’attuale realtà televisiva, il sistema della bottega non sembra però godere di ottima salute, per motivi sia endogeni che esogeni.

Innanzitutto la bottega può essere “minacciata” internamente dall’invecchiamento del suo leader, che ne rappresenta il principale collante. Il passaggio del testimone (carismatico) [Carroll, 1984] può avvenire per delega a termine o attraverso una dispersione dell’autorità: nel primo caso, lo sceneggiatore-capo affida il controllo di un singolo progetto (e dunque non la

²⁵¹ Il fatto di essere supportati da un insegnante famoso, aumenta le credenziali dell’artista anche nel caso di altre professioni, come ad esempio quella di attore/attrice [Peters, 1974: 43].

conduzione della bottega) ad un suo fidato collaboratore; nel secondo caso, il gruppo dei più “anziani” (per permanenza in bottega, più che per età anagrafica) assume un ruolo di comando e si struttura in modo egualitario²⁵². Oppure, una volta allentati i rapporti professionali con il referente della bottega, gli sceneggiatori hanno finito per riproporre all’interno delle nuove reti familiari alcuni dei principi e delle modalità di interazione a cui sono stati socializzati: chi ha gravitato intorno a questo tipo di famiglia rivela infatti una maggior predisposizione a seguire i giovani, a sceglierli per eventuali collaborazioni, a garantire per loro presso la committenza, e a trasmettere quanto appreso dai maestri, senza però ricostruire attorno a sé e alla propria rete quel sapore da “ammucchiata” di cui la bottega sembra essere stata l’ultimo vagito. Si veda quanto afferma un “ex-garzone” di una bottega definitivamente sciolta con la morte del suo “mastro”:

“noi abbiamo chiamato persone che hanno tanta esperienza ma anche persone che non c’hanno nessuna esperienza e garantiamo noi sulla cosa... c’è uno che ho conosciuto facendo un corso di sceneggiatura [...] che era un ragazzo che mi sembrava bravo, gli abbiamo chiesto se gli andava di fare una puntata” (Alvise).

Ma sono soprattutto i cambiamenti che hanno interessato più in generale il mondo dell’audiovisivo ad avere segnato il destino di queste compagini familiari. Bourdieu stesso, riflettendo sulla rivoluzione naturalista di Zola e colleghi e sulla sua successiva crisi, affermava che se è vero che le lotte tra coloro che detengono un capitale specifico e coloro che ancora non ce l’hanno sono da considerarsi il meccanismo propulsore della continua trasformazione dell’offerta letteraria (e di prodotti simbolici in generale), è altrettanto vero che questi conflitti «possono portare a quelle trasformazioni profonde dei rapporti di forza simbolici che sono i ribaltamenti della gerarchia dei generi, delle scuole o degli autori, solo quando possono appoggiarsi su cambiamenti esterni favorevoli» [Bourdieu, 1992: 192]. Dei cambiamenti di cui il sistema dell’audiovisivo è stato protagonista nell’ultimo decennio, analizzati nel secondo capitolo, almeno due risultano utili a chiarire l’attuale “crisi d’identità” che stanno attraversando le famiglie-bottega. Innanzitutto, con l’aumento del numero di produttori/appaltatori e il travaso di professionalità dal cinema alla televisione – negli anni in cui di cinema non se ne produceva praticamente più e viceversa la televisione investiva massicciamente sull’offerta di narrativa – si crea una concorrenza spietata, un surplus di forza-lavoro e anche i nomi più affermati perdono potere e peso, non tanto a livello individuale quanto piuttosto rispetto ai loro team di scrittura. Consideriamo il racconto di Elena:

“mentre, diciamo che fino a un certo punto sono stata molto libera di portarli con me, oggi invece lo sono molto meno, perché i network preferiscono anche mettere i loro scrittori [...]. [La squadra] ha perso forza non l’ha guadagnata

²⁵² In alcuni casi le due condizioni si sono verificate insieme: Elena racconta di aver “ceduto le redini” di una serie già avviata ai suoi collaboratori principali, “che sono in quattro e fanno in quattro il lavoro che facevo io da sola”.

negli anni, [...] perché le squadre fanno paura! Il tentativo è sempre quello del divide et impera, del non far sapere allo sceneggiatore... cioè noi [...] saremmo una squadra pronta a lavorare: con due registi, vari sceneggiatori, segretarie di edizione perché sanno stare sul set, nessuno c'ha mai voluto, hanno preferito sempre smembrarci, perché è più semplice intervenire sul singolo individuo che non su una squadra che si fa forza insomma, quindi a me preferiscono non darmi gli scrittori che chiedo... nelle serie! Nelle miniserie è tutto differente, nella miniserie sono veramente rapporti molto più semplici, con appunto registi, produttori, ma con meno gente...” (Elena).

La famiglia-bottega, in altri termini, ha scontato in anni recenti un indebolimento strutturale dato dalla maggiore invasività del network nella scelta dei collaboratori da affiancare al capo scrittura di un progetto, nella logica del “*divide et impera*” che ha portato ad un rafforzamento del ruolo editoriale (e decisionale) della rete a svantaggio della forza creativa di un collaudato team autoriale. Elena nella sua analisi opera però un fondamentale distinguo: tra le serie e le miniserie, sottolineando come il discorso fatto valga meno nel secondo caso dove i rapporti sono “*molto più semplici*”, ergo più impostati alla vecchia maniera. La bottega infatti, e il relativo sistema di lavoro, viene ancora ingaggiata per i formati televisivi più brevi (fino a quattro puntate) caratterizzati da: budget elevati, tematiche di sicura presa sul pubblico (le biografie religiose o di personaggi pubblici di spicco, ricostruzioni storiche, ecc.), sceneggiatori di fama spesso “strappati” al cinema che si avvalgono della collaborazione di giovani scrittori (che in genere appaiono nei *credits* come “con la collaborazione di” o firmano soltanto la sceneggiatura).

Questo significa che se la rete della famiglia-bottega è in grado di catalizzare intorno a sé un quantitativo di lavoro inferiore rispetto al passato, non è venuta meno né la centralità in termini di prestigio di queste cerchie (data dai prodotti confezionati, strategici per l'identità della rete e sul mercato internazionale) né il carisma e il credito attribuiti ai rispettivi leader (i singoli membri possono ancora contare sul “nome” dei maestri per trovare lavoro). In pochi casi invece la famiglia-bottega viene ingaggiata per la media serialità da *prime time*, mai per la lunga serialità.

Quest'ultimo aspetto introduce alla seconda spiegazione della parziale inefficacia del vecchio sistema dell'artigianato: l'espansione del mercato in termini di pubblico che premia il racconto seriale con una fidelizzazione crescente ha portato ad una sempre maggiore richiesta di narrativa televisiva medio-lunga, che consente ai funzionari di rete di riempire più “caselline” del palinsesto con budget contenuti, ed alla necessità di uno schema organizzativo più rigido, di ritmi più compressi e di un maggior numero di teste pensanti al lavoro. Si è così creata una linea di demarcazione piuttosto netta tra coloro che sono cresciuti all'interno del vecchio sistema della bottega, e che ad esso continuano ad afferire, e coloro che invece difendono un modo di lavorare più strutturato, all'americana, considerato indispensabile per la scrittura della serialità.

Nei due esempi che seguono le sceneggiatrici fanno riferimento alla loro esperienza all'interno di team di scrittura formati da colleghi con i quali non condividono l'appartenenza familiare:

“... alla fine me ne sono andata perché io con lei non ce la potevo mai fare, mi faceva venire un nervoso... perché poi io un po’ per attitudine personale un po’ perché lavorando a ‘Un posto al sole’ eravamo abituati a galoppare, a me questa che me teneva una giornata, raccontandomi della sua vita, offrendomi venti the, mangiando pasticcini, e dicendo tre parole ogni tanto mi faceva proprio venire l’orticaria!” (Giulia).

“a me questo m’ha colpito molto, per esempio due anni fa ho scritto due puntate di due serie diverse. In entrambi i casi scrivendo delle puntate fai quella cosa che loro chiamano, in tutti e due i casi proprio gli autori si ostinavano a chiamare, brainstorming, in cui te decidi che cosa racconti in sta cazzo de puntata. Questa cosa qua in entrambi i casi era: allora facciamo – proprio loro direttamente così – siccome lavorano tanto, saltano il “facciamo come”, e dicono facciamo ‘Sex and the city’ [serie USA, 1998-2004]... era tutta una cosa come il pasticciere che ha gli stampi... veramente era solo questa cosa qua! era un discutere in entrambi i casi, su due cose molto diverse, solamente di prototipi visti” (Monica).

Dal confronto dei due estratti emerge una sorta di incomunicabilità tra due universi lavorativi caratteristici di due tipi di famiglia molto diversi, la bottega, da un lato, e la famiglia-Ikea, che tratterò più avanti, dall’altro. Nel primo caso Giulia, che si è fatta le ossa nella fabbrica della soap, non è abituata ai ritmi lenti del “salotto” di scrittura (col the e i pasticcini), ad *“uno stile di approccio al lavoro molto old fashion”*, a chiacchiere che trova inconcludenti. Nel secondo caso invece emerge la formazione ricevuta in bottega, assolutamente anarchica per quanto concerne i flussi creativi: la rapidità dell’interazione, l’arte del *“rimettere in campo delle cose rimasticate”*, la mancanza di una riflessione sulla realtà che ci circonda come fonte di ispirazione, sono gli elementi a cui Monica fa riferimento per sottolineare il gap tra artigianato e industria; a questi si aggiunge l’accento posto sul fatto che entrambi i capi-scrittura con i quali ha lavorato *“si ostinano”* a chiamare la riunione di sceneggiatura con un termine mutuato dal mondo anglosassone. L’uso di un certo linguaggio tecnico per designare passaggi narrativi, ruoli e momenti lavorativi verrà ripreso in seguito; quel che qui mi interessa sottolineare è di converso l’uso di un vocabolario quotidiano, verace, spiccio, comprensibile a tutti, che caratterizza ancora la vita di bottega, rimasta per lo più impermeabile ai *“paroloni”* (Carla) che la manualistica americana e le scuole di sceneggiatura hanno introdotto a partire dagli anni Novanta. Si veda quanto afferma Alvise che commenta divertito la posizione di due sceneggiatori storici, quali Stefano Rulli e Sandro Petraglia (*‘Mery per sempre’*, 1989; *‘Il ladro di bambini’*, 1992; *‘La meglio gioventù’*, 2003; *‘Le chiavi di casa’*, 2004, per citarne alcuni), rispetto a quest’ondata di tecnicismo narrativo:

“appunto a Rulli e Petraglia questo continua ad essere un mondo oscuro, che quando qualcuno gli dice ‘ma dov’è il turning point?’... Rulli dice [Alvise nei panni del maestro finge di cercare qualcosa per terra] ‘m’è cascato per terra qualcosa e adesso lo cerco, ma sto americano che me sta a di?!’. Però diciamo che questa diventava una cosa con cui ti dovevi confrontare dappertutto, senza capire bene che cos’era esattamente [...]. Nel cambiare una cosa da

artigianale a industriale, nell'artigianale tu cerchi di imparare come si fa una cosa è come se tu devi rimanere sensibile a toccarla, industriale appunto devi avvitare il bullone [...] dire che ci sono tre atti, e questo funziona così e quello colà, e a fare tutti i microesperti di ogni cosa, appunto 'sti nomi tipo l'head-writer, il co-head-writer, l'esperto del secondo atto, ci sarà uno che fa il colpo di scena finale, uno che aggiunge tre gocce di sale, li metti tutti in catena, ognuno c'ha un ruolo e funziona una struttura industriale, per cui i prodotti proprio escono fuori ripuliti e con tutti gli ingredienti giusti al posto giusto che è una cosa che fondamentalmente nel film o anche nella miniserie non funziona, non è vera..." (Alvise).

Questo passaggio ci dà ulteriore conferma del fatto che è nel passaggio da una modalità artigianale ad una industriale del sistema televisivo italiano che possiamo situare la fine di un'epoca (quella della famiglia-bottega) e l'inizio di un'altra (quella della famiglia-Ikea). La socializzazione "artigianale" al campo genera una diffusa difficoltà ad accettare la svolta industriale, sia nei più anziani (come Rulli e Petraglia) che nei più giovani (in questo caso Alvise stesso), che viene letta in chiave solo negativa, sottolineando cioè la meccanicità monocorde dell'atto creativo (paragonata all'atto di avvitare bulloni), il ricorso a ricette pre-confezionate, l'uso di un linguaggio tecnico (divenuto di uso comune anche presso chi lo detesta, come l'intervistato) e la parcellizzazione della professionalità in un numero di (micro)mansioni che funzionano "in catena". Si noti però che Alvise conclude il suo discorso, al pari di Elena più sopra, rimarcando che il formato televisivo breve risulta impermeabile a questa industrializzazione generalizzata della fiction, proprio perché questa nuova mentalità produttiva "non funziona" su un prodotto che resta il più cinematografico del piccolo schermo.

Il punto è che a mio avviso è venuta meno proprio la funzione di socializzazione informale che la bottega ha a lungo svolto, sostituita dalla formazione tecnica data dai corsi di sceneggiatura e da un apprendistato sul campo che avviene sempre più spesso attraverso *stage* all'interno delle case di produzione o delle reti. Nel momento in cui manca la "manovalanza" creativa il sistema bottega inizia a fossilizzarsi, sia dal punto di vista delle risorse umane che da un punto di vista narrativo, accaparrandosi i prodotti più tradizionali e conservatori, che essendo d'impatto sul pubblico riconfermano ogni volta la reputazione della famiglia e il suo status sociale elevato. Il dilemma della famiglia-bottega assomiglia al conflitto dell'artigiano della modernità con le macchine [Sennet, 2008] per cui sarebbe lecito interrogarsi se, da un lato, la macchina seriale possa essere una fonte di innovazione e un'alleata dello sceneggiatore o se invece, dall'altro, l'industrializzazione del mestiere e la segmentazione delle abilità abbia irrimediabilmente segnato il destino della narrazione televisiva.

4.3. La comune: molti capelloni e poche ninfette

Possiamo accostare il secondo tipo di “famiglia” di scrittori creativi per la televisione alla “comune” degli anni '60: la somiglianza è data soprattutto dalla forte idea di condivisione, supporto, amicizia che ne sta alla base. Se la famiglia-bottega assume una forma gerarchica del tipo mentore-discepoli e tra un'officina artigiana e l'altra si instaurano rapporti di rispetto e stima reciproche ma raramente di reale collaborazione, nella comune invece le reti di relazione sono paritarie e si configurano spazialmente come un sistema centro-periferia, dove spesso la periferia di un gruppo è il centro di un altro. In altri termini, si potrebbe addirittura parlare di un'unica grande comune. Presenterò di seguito il centro e i relativi legami stretti e continuativi (i cosiddetti sodalizi artistici), e successivamente mi soffermerò nel dettaglio a considerare le caratteristiche del gruppo preso nella sua interezza.

4.3.1. Al centro: i sodalizi artistici

I sodalizi artistici di colleghi che lavorano insieme, condividendo un percorso di carriera, un progetto professionale forte, una visione comune rispetto alla *mission* artistica, oltre che un rapporto in cui vita privata e lavorativa sono mescolate, ci appaiono subito come una sorta di famiglia nella famiglia, chiusa, stabile, e “mononucleare”. Si tratta di coppie o terzetti all'interno dei quali, ri-usando metaforicamente Bott [1957], le relazioni “coniugali” sono congiunte (cioè vengono organizzati insieme i ruoli domestici), «i coniugi esaltano interessi comuni» e sono «più pienamente coinvolti e dipendenti l'uno dall'altro» [Piselli, 1995: XIX]²⁵³.

Le origini della “coppia creativa” in Italia risalgono alla fine degli anni Cinquanta, gli anni in cui nasce la commedia all'italiana: dagli antisegnani Steno e Monicelli, alle coppie di ferro, per anni indivisibili, formate da Benvenuti e De Bernardi, Age e Scarpelli, Castellano e Pipolo, e molti altri. Prerogativa inizialmente della commedia, dal momento che «la brillantezza dello scambio di battute è amplificata dalla lettura ad alta voce, dal rimpallo tra le diverse personalità» [Pergolari, 2006:197], la formula del sodalizio artistico si allarga col tempo ad altri generi e media. Se le coppie del passato si sono unite a carriera già avviata trovandosi più o meno casualmente a collaborare allo stesso progetto (è il caso di Benvenuti e De Bernardi) oppure hanno condiviso gli inizi in un campo limitrofo per poi approdare insieme alla scrittura per il grande schermo (Castellano e Pipolo ad esempio si conobbero nella redazione della rivista umoristica *'Marc'Aurelio'*), le coppie contemporanee si formano più spesso sulla base di un'amicizia che precede l'ingresso al campo, un rapporto nato addirittura tra i banchi di scuola e rinsaldato dalla comune passione per il cinema e per l'arte

²⁵³ Al contrario, la relazione analizzata al paragrafo precedente tra apprendista e maestro potrebbe rientrare nelle relazioni coniugali separate, «quando i due coniugi si conformano ad una rigida divisione del lavoro all'interno della casa» [Di Nicola, 1998: 16], e dipendono meno l'uno dall'altro (il discorso, nel nostro caso, vale solo per il maestro).

in generale; oppure una coppia può nascere prima come unione sentimentale²⁵⁴ e poi approdare ad una collaborazione artistica. Gli stralci che seguono sono esemplificativi dei due tipi di situazioni:

“ho iniziato a scrivere durante l’adolescenza, come tutti, con Edoardo... Noi ci conosciamo da quando abbiamo nove anni, abitavamo nello stesso palazzo, giocavamo a pallone insieme, abbiamo iniziato a scrivere insieme e abbiamo fatto tante cose insieme e continuiamo a farle” (Tommaso).

“Mio marito faceva il regista di documentari, per cui eravamo sempre lì in un ambito molto vicino, allora abbiamo iniziato a pensare di fare del cinema e abbiamo iniziato a lavorare insieme... una strada che se ci ripenso non mi poteva portare da nessun’altra parte che non qua” (Carla).

Sia per Tommaso che per Carla la scelta del partner di lavoro è avvenuta su una base emotiva forte (l’amicizia di lungo corso e l’amore coniugale); ci sono però altre situazioni in cui i protagonisti raccontano di un vero e proprio *colpo di fulmine* professionale. Questo accade soprattutto nel caso di coppie che si sono formate a carriera già avviata, le cui strade si sono casualmente incrociate su un progetto; ma può anche succedere ai giovani che si affacciano al campo con un’idea ancora piuttosto vaga di quel che vorrebbero fare “da grandi”, e che quindi iniziano a testare se stessi scrivendo con altri²⁵⁵, come racconta Lorenzo ricordando gli inizi di un sodalizio ormai ventennale:

“insieme abbiamo detto ma perché non ci vediamo, cominciamo a scrivere qualcosa insieme, capire se... sai, all’inizio due sceneggiatori, soprattutto quando tu vorresti farlo e non lo sei, magari fai delle esperienze con altri, ma comunque cerchi di... annusi un po’ in giro per capire qual è la persona con cui ti trovi bene” (Lorenzo).

È chiaro che l’empatia umana, il “*trovarsi bene*”, è la condizione imprescindibile per scegliersi: per questo, è impossibile costruire a tavolino un sodalizio artistico, per questo è necessario “*annusare un po’ in giro*”, cioè procedere per sperimentazioni successive e diversificate di scrittura non individuale. Perché come in tutti i rapporti umani più profondi ed esclusivi, alla fine ci si sceglie perché ci si piace.

Come la vita di bottega, anche il *menage* lavorativo delle coppie creative è caratterizzato da una comunanza di spazi (l’ufficio insieme o il lavoro a casa, una volta da uno e una dall’altro) e di tempi che travalica il singolo progetto, nel senso che anche durante i “tempi morti” in cui non c’è alcun contratto, si continua

²⁵⁴ Molte coppie nel lavoro sono tali anche nel privato (tra i miei intervistati ve ne sono due); di queste la più famosa è quella formata da Ricky Tognazzi e Simona Izzo, ribattezzati con l’espressione contratta di “*Tognizzo*”.

²⁵⁵ Questo studiarsi reciprocamente è proprio ad esempio anche dei musicisti “leggeri”, che da giovani testano le reali potenzialità di suonare in un gruppo, l’adattabilità dei componenti della band, la versatilità tecnica; per questo, sottolinea Caves [2001: 42], «negli anni delle scuole superiori, molti studenti formano gruppi musicali, la maggior parte dei quali si scioglie senza perseguire seriamente una carriera artistica». Cfr. anche Bodinger-deUriate [1985].

comunque a vedersi, a scambiarsi idee, a lavorare di fatto insieme, oppure si va al cinema, si valutano progetti letterari o si studiano le serie d'oltreoceano. Perfino le decisioni che riguardano direttamente solo uno dei membri del sodalizio – ad esempio un progetto in solitaria o una proposta di passare dietro la macchina da presa – vengono discusse insieme, proprio perché incidono sull'iter lavorativo dell'altro (o degli altri). È chiaro dunque che questi rapporti non sono strutturati in modo gerarchico ma risultano del tutto paritari, aspetto questo che emerge sia nella gestione del contraddittorio artistico interno alla coppia/trio sia nella percezione da parte dell'intera comunità professionale. Nel caso della famiglia-bottega avevo riportato l'estratto di un'intervista in cui la sceneggiatrice riferiva della sua posizione di capo sottolineando la propria superiorità sul gruppo di collaboratori nelle riunioni di sceneggiatura (*"l'ultima parola è la mia"*); diversamente, il lavoro creativo di questo secondo tipo familiare viene descritto come una mediazione continua che passa spesso attraverso lunghi ed estenuanti diverbi e contraddittori. Come conferma il pezzo che segue:

"arrivavamo fino alla scalettatura insieme [...] e su quello poi ci scannavamo: lo facevamo insieme, scrivevo sempre io perché lui era più lento, però lui stava qui tutto il giorno e litigavamo tutto il giorno... anche lì impari come due teste funzionano meglio di una, se riescono a essere compatibili, poi ci sono stati episodi quasi di mettersi le mani addosso, gente che è scappata da questa casa durante una riunione perché sembrava che ci ammazzassimo [...] però in questo grande scazzo continuo venivano fuori alla fine delle cose. Uno dei due poi alla fine cedeva perché diceva 'ah è buona la tua idea!', però veramente era buona la sua perché in quel caso dicevi cazzo c'ha avuto ragione" (Guido).

La parità relazionale e la consuetudine a lavorare insieme sono quindi all'origine di modalità operative che viste dall'esterno possono apparire estreme: "scazzi", urla, accese discussioni, insulti (*"ci si manda anche sonoramente a cagare eh?"* afferma Federico) sono raccontati come episodi all'ordine del giorno nella vita creativa di una coppia. Proprio perché *"due teste funzionano meglio di una"*, infatti, il contraddittorio, nella sua ampia gamma di sfumature, diventa la modalità tipica dell'interazione professionale, quasi un gioco in cui in caso di disaccordo uno dei due componenti deve riuscire a portare l'altro dalla sua parte; perciò «stare dentro la comunicazione e farne parte sembra essere qui la spinta fondamentale dell'attività creativa» [Melucci, 1994: 237].

I momenti collaborativi [Farrell, 2001: 23], quelli in cui la coppia o il gruppetto lavora fisicamente insieme a un progetto e condivide intuizioni, esperienze, punti di vista, quelli in cui si disperde la paternità stessa dell'idea (Farrell ricorre alla metafora di due computer collegati che si scambiano la memoria e i relativi *software*), non sono però gli unici nella quotidianità del sodalizio: se è vero che il lavoro svolto fisicamente insieme, fianco a fianco, uno al computer e l'altro alle sue spalle, è maggiore rispetto alla consuetudine delle altre famiglie (ci sono coppie che scrivono addirittura tutto insieme, dal soggetto fino alla revisione della sceneggiatura), è pur vero che una volta definita la storia ci si divide le parti ciascuno per proprio conto. Ora, se nella famiglia bottega il compito di spartire il lavoro era insindacabilmente affidato al maestro, cosa

succede in un rapporto tarato sull'assoluta parità? Direi che la divisione delle mansioni di scrittura si fonda, oltre che su pratiche di routine comuni a tutti i gruppi lavorativi (dividersi le parti in modo *random* ad esempio: ad uno la prima metà e all'altro la seconda), anche su una consapevolezza, maturata insieme, delle capacità artistiche altrui e proprie. Tutti gli intervistati "accoppiati" (o che lo sono stati in passato) attribuiscono a sé e al compagno/a caratteristiche e doti specifiche, spesso in una sorta di compensazione reciproca. Letta in questi termini la parcellizzazione del lavoro avverrebbe sulla base delle qualità individuali e non in virtù di una gerarchia imposta dall'età (il capo-bottega *versus* il giovane apprendista) o dai ruoli (l'*head writer* *versus* lo sceneggiatore di puntata). Più precisamente ci si divide i compiti sulla base delle abilità individuali nella strutturazione del racconto (c'è chi è più bravo nei dialoghi e chi nell'invenzione delle situazioni, chi nelle linee orizzontali e sentimentali e chi nello sviluppare i casi verticali di puntata) o di una sensibilità di genere ("*lui è comico e pop, io sono più giallo e più intellettuale*" puntualizza ad esempio Guido).

La coppia/trio si ricompone poi nella sua unitarietà quando dialoga con l'esterno: mentre è il capo bottega a confrontarsi con il produttore e il broadcaster, in questo caso il gruppetto creativo si presenta al cospetto del committente nella sua compattezza sia per presentare i nuovi progetti sia, nelle fasi successive, per difendere il proprio lavoro di scrittura.

I rapporti di potere risultano temporaneamente sbilanciati solo nel caso in cui uno degli sceneggiatori sia anche il regista del prodotto ("*su queste cose lui è il regista quindi l'ultima parola diciamo la lascio volentieri a lui*" afferma Tommaso), ma si riequilibra in fretta vista la tendenza all'intercambiabilità dei ruoli stessi, vissuta peraltro con una certa naturalezza. Si prenda il terzetto di sceneggiatori comici autori della *sitcom* 'Buttafuori' (2006) e delle tre serie di 'Boris' (2007): mentre la scrittura è sempre firmata a sei mani, la regia di 'Buttafuori' è firmata solo da uno dei tre, quella della prima serie di 'Boris' da un altro (originariamente chiamato sul progetto come regista, propose gli altri due come sceneggiatori per rimettere mano al soggetto di serie e scrivere le 12 puntate), la seconda serie è stata girata da tutti e tre insieme, mentre sulla terza si sono affidati ad un regista esterno, ed amico, in quanto impegnati su nuovi progetti di scrittura. Il fatto che le loro carriere di registi e sceneggiatori procedano in parallelo (anche se per lo più il secondo mestiere continua a prevalere sul primo, nel senso che difficilmente sono registi di qualcosa che non firmano), unito alla sperimentazione narrativa giocata su più mezzi (dal film per il cinema al varietà televisivo passando per lo spettacolo teatrale), caratteristica quest'ultima che accomuna la maggior parte delle coppie creative di ieri e di oggi, conferisce a queste mini-famiglie sia una considerevole forza contrattuale e simbolica presso la committenza sia una riconoscibilità immediata presso i colleghi.

Generalizzando, i sodalizi artistici si presentano come dei veri e propri *brand name* capaci di entrare in ogni fase produttiva, sia direttamente che indirettamente (attraverso propri "uomini di fiducia"): i suoi membri hanno un'idea precisa del risultato che vogliono raggiungere, di come si immaginano il prodotto una volta confezionato, e rivendicano per sé il diritto/dovere di assumersi la responsabilità delle proprie opere. Il racconto di Riccardo, riportato di seguito, porta quasi all'estremo l'idea di unitarietà e compattezza proprie di ogni sodalizio:

“noi con XXXX [nome produttore], siccome non ci avevamo mai lavorato, per evitare che ci potesse essere un meccanismo che XXXX [nome produttore] dicesse ‘lui mi piace più di lui e di lui’, non sapendo però in realtà qual è il lavoro nella stanza degli scrittori, come si è diviso... perché magari può essere che uno dice questa puntata è più ostica me la prendo io o te la prendi tu... e allora poi risulta al produttore che quella più ostica è venuta meno bene, allora lui non è bravo! Noi per evitare questo abbiamo deciso di firmare tutte le puntate in quattro... ovviamente sono state scritte separatamente: loro non sanno chi ha scritto cosa e non lo devono sapere, non lo devono sapere perché hanno chiamato un team – come se chiami Wu Ming, la firma è Wu Ming – se poi vuoi chiamare singolarmente li puoi chiamare singolarmente [...], però questo dà un po’ di forza al team: la possibilità di dire questo è un marchio, producono questa cosa, la pensano, la scrivono e fanno un marchio” (Riccardo).

Il singolo sceneggiatore è qui completamente dissolto nel collettivo, con cui condivide *in toto* la responsabilità di un’opera: anche se nei fatti ciascuno ha scritto la propria puntata, tutti infatti firmano anche quelle degli altri. Questo è sintomo dell’armonia e della fiducia interne che conferiscono al gruppo la sicurezza necessaria per assumere una posizione compatta nei rapporti con l’esterno (nessuno deve sapere chi ha scritto cosa). Un atteggiamento di questo tipo dimostra che all’interno di ogni sodalizio artistico – e più che in ogni altro rapporto di collaborazione (in un team o in una famiglia) – l’affermazione del gruppo precede ed è più importante dei singoli e particolaristici interessi di riuscita. Di riflesso poi, l’intera comunità occupazionale (ri)conosce al sodalizio artistico una sua unità ontologica (un membro della coppia non viene mai nominato se non facendo riferimento anche all’altro).

Ed è proprio questo essere (ed essere percepiti) come un’entità unica che porta a tematizzare il momento della sua rottura, quando questa vi sia stata. Diversamente dagli altri tipi di famiglia la cui fluidità delle reti porta spesso a non menzionare l’uscita da una famiglia e l’ingresso in un’altra (per dire, nessuno ha mai detto esplicitamente di aver interrotto la collaborazione con il proprio maestro perché è un evento per certi versi naturale che non viene percepito come una rottura brusca e irreversibile), lo scioglimento di un sodalizio artistico viene narrato con toni piuttosto forti coprendo una gamma di emozioni che va dalla delusione alla rabbia. Riporto due esempi di *game over* collaborativo:

“era un amico, sì, ma ora non lo considero più tale. Scrivevamo assieme, e viaggiavamo anche, insieme. Le cose che fanno gli amici. E che non fanno più quando non sono più amici” (Filippo, comunicazione mail, 29/05/09).

“lì è iniziato un periodo di cui devo dire io ho una grande nostalgia, perché poi era quasi un fidanzamento, abbiamo lavorato tantissimo, ridevamo come matti tutto il giorno perché intanto che scrivevamo la sceneggiatura seria ogni volta ci facevamo il controcanto comico, ci pigliavamo per il culo e quindi ci inventavamo dei film surreali che secondo me sarebbero stati bellissimi... le cazzate che riuscivamo a dire, soprattutto lui... ed è stato il periodo più bello, perché eravamo molto convinti, poi man mano come tutte le cose forse è

normale che si spampanano... perché si instaurano delle dinamiche molto complesse! [...] Lui a un certo punto mi ha detto 'no, io questa linea orizzontale la faccio io, io ho delle idee però non riesco a metterle giù perché tu poi me le modifichi, questa la voglio fare da solo'... E lì è stata la fine della coppia, perché è una cosa non consentita! Se la nostra dinamica è tu fai le linee orizzontali io faccio i casi di puntata... perfetto, ma noi non abbiamo mai fatto così! [...] Comunque abbiamo fatto così: io i casi di puntata e lui la linea orizzontale, ma non funzionava perché non c'era più osmosi, uno andava in una direzione e l'altro in un'altra" (Guido).

Mentre Filippo si dimostra particolarmente lapidario in merito alla rottura con il vecchio compagno di scrittura (questione che aveva peraltro evitato di affrontare in sede di intervista) e si limita a sottolineare che la fine del rapporto lavorativo è equivalsa alla fine dell'amicizia (probabilmente ne è stata la conseguenza), l'analisi di Guido appare più lucida. Se anche in questo caso la fine del sodalizio corrisponde ad una rottura anche sul piano personale – è la fine di un “quasi fidanzamento” – la motivazione dello scioglimento della coppia è qui di natura squisitamente professionale e corrisponde al fatto che uno dei due inizia a mal sopportare le dinamiche osmotiche e a sentirsi soffocato creativamente dall'altro: la nuova modalità lavorativa, intrapresa per dare più respiro all'individualità, si rivela improduttiva, almeno secondo Guido, che sottolinea come l'andare narrativamente in direzioni opposte abbia di fatto preceduto l'effettivo dividersi dei destini professionali.

Indipendentemente da quanto sia durata la collaborazione, il momento della rottura porta ad una separazione netta delle carriere dei suoi membri: la rete relazionale, fino a quel momento prevalentemente comune, si slabbra e inevitabilmente cambia la conformazione del capitale sociale, portando alla ricerca di nuovi equilibri lavorativi, ovvero al formarsi di una nuova coppia (operazione per la verità assai difficile), all'ingresso in un nuovo clan o ad un maggiore sfruttamento delle collaborazioni all'interno del vecchio: in gioco c'è la ri-conferma della propria reputazione su base individuale, momento che viene vissuto come una sorta di ri-partenza carica di una buona dose di insicurezza circa il mantenimento del proprio status.

Resta il fatto però che tendenzialmente si tratta di rapporti “resistenti” sia al tempo che alle ingerenze esterne: longeve e stabili, le coppie creative (o i ristrettissimi gruppi) si configurano anche come mondi chiusi ai quali si ha accesso solo gravitando nell'orbita della comune di cui costituiscono il nucleo primario.

4.3.2. Periferie generazionali

De Bernardi riferisce in un'intervista, da cui è tratto il breve stralcio che segue, di quel magico reticolo di vita e arte che fu il cinema degli anni d'oro, di quell'amalgama di amici e quasi coetanei che possiamo considerare come il precedente storico del tipo di famiglia organizzata come una “comune”:

“Con Ugo [Tognazzi] e gli altri, Age e Scarpelli, Maccari, Scola, Monicelli, Risi, Sonogo, eravamo una specie di famigliastra, un gruppo di amici che lavorano, scherzano, vivono insieme. Ci incontravamo nelle case, al bar, al Caffé Greco... Nelle trattorie, per esempio da Otello a via della Croce, dove ci incontravamo ogni settimana. Certe battute che poi andavano nei film, sarebbe impossibile dire chi le ha inventate. Le ha inventate il gruppo, ecco chi le ha inventate. Questo ambiente tra famiglia, paese, quartiere, banda di amici, era un’incubatrice perfetta, per il lavoro” (intervista a Piero De Bernardi)²⁵⁶.

Similmente, alcuni sceneggiatori anagraficamente più giovani, cresciuti col mito del cinema di quegli anni, sono oggi inseriti in una rete di rapporti altrettanto intensi. Composta da gruppi di amici, che condividono oltre alla storia artistica un’amicizia di lungo corso, la comune è una sorta di bottega senza maestro e una “famigliastra” moderna: questa «confraternita» [Rusconi, 2000] è caratterizzata da un’intercambiabilità dei ruoli, da una “chiusura” verso l’esterno e da una forte trasversalità, sia di mezzo che di formato. Nel racconto che segue uno sceneggiatore (che è anche attore e regista) spiega la genesi e i cambiamenti subiti dalla sua famiglia di riferimento ed evidenzia alcune delle caratteristiche che reputo distintive della forma familiare qui analizzata:

“Noi abbiamo cominciato quando avevamo vent’anni e nella mia compagnia c’erano Paola Cortellesi, Claudio Santamaria, Sergio Zecca, Furio Andreotti, Valerio Mastandrea, insomma abbiamo fatto un percorso insieme comune di gruppo. Eravamo una compagine romana che bene o male se uno stava in scena in un teatro l’altro stava in un altro, e poi ti ritrovavi in pizzeria insieme! Ci siamo conosciuti facendo teatro, dopo di che poi per varie sinergie alla fine è capitato che loro hanno fatto spettacoli con me, io con loro, quello con quell’altro... alla fine si è creato un grosso gruppo romano negli anni ‘90 che poi è emerso in varie sfaccettature: io come autore teatrale e poi con XXXX [titolo film] come autore di cinema, Paola come attrice, Andreotti era il nostro regista teatrale ora fa l’autore televisivo, Valerio ha fatto una carriera strepitosa, Claudio pure sa fare un sacco di cose, molte più di quelle che fa, e altri che magari non sono venuti fuori però che fanno parte... poi lentamente ci siamo allargati, perché abbiamo conosciuto lavorando anche degli altri e quindi ho da sempre lavorato pure con Brizzi e Martani” (Davide).

Innanzitutto, il numero di “familiari” è estremamente variabile: ho detto precedentemente che la coppia creativa rappresenta molto spesso la base di queste costellazioni professionali attorno a cui gravitano persone singole o altre coppie, ma può trattarsi, come nel caso qui sopra riportato, anche di un gruppo più esteso (“una compagine” appunto) che si mantiene coeso nonostante negli anni i rapporti professionali (le cose fatte insieme) si siano allentati. Non solo, un membro di una comune può essere inserito in una comune e al tempo stesso avere un legame forte con il centro di un’altra, funzionando così da “ponte” tra un gruppo e l’altro: è per la fluidità di legami come questo che in apertura al

²⁵⁶ Cfr. “Conversazione con De Bernardi” disponibile alla pagina www.ugotognazzi.com/piero_de_bernardi.htm.

paragrafo avevo azzardato che si potesse ragionare in termini di un'unica grande comune con tante piccole cerchie interdipendenti e continuamente comunicanti tra loro.

In generale i membri di queste cerchie familiari hanno frequentato corsi di sceneggiatura insieme o si sono conosciuti al Centro Sperimentale, sono cresciuti nel giro dei *teatri off* romani²⁵⁷ o nell'ambiente del cinema indipendente (corti, documentari, ecc.). Quasi tutti comunque hanno condiviso gli inizi, le difficoltà di accesso al campo, la gavetta più o meno lunga, e un sogno – quello di “*stare in quel mondo lì*” (Paolo) – che era ancora indefinito e confuso. Il collante generazionale è rimasto forte nel tempo e ha finito per incidere sul sistema di collaborazioni successive all'entrata nel campo, come racconta di seguito Federico:

“Del gruppo di persone che gravita intorno a me e XXXX [nome sceneggiatore], oppure se parli con loro noi facciamo parte, siamo satellite del suo ecc., però sono tutte persone che sono nate alla fine degli anni '60, sono nati tra il '68 e il '70 [...e sono] sceneggiatori con i quali abbiamo scritto le nostre prime cose, e quindi c'è un imprinting comune sia di età che di condivisione degli inizi che fa sì che ti trovi bene a tornare a lavorare insieme. [...] C'è un interscambio generazionale... Di cui alcune volte ci sono dei salti generazionali: io sono amico di Silvio Muccino e ci scambiamo le cose da leggere, pur essendo lui di una generazione precedente ma in qualche modo affiliato a questa, perché lui è cresciuto precocemente appresso a suo fratello, che ha la mia età invece!” (Federico).

Questo racconto conferma l'immagine della grande comune costituita di “*satelliti*” che gravitano gli uni intorno agli altri, tenuti insieme da una matrice identitaria che è prima di tutto generazionale: i nati tra il '68 e il '70, quella che Federico identifica come la sua generazione di appartenenza, hanno un “*imprinting comune*” dato dall'età e da una socializzazione simile al campo, essendo avvenuta in un preciso momento storico (i primi anni Novanta) e attraverso una pratica comune di scrittura (il riferimento a “*le prime cose*” fatte insieme). Combinando la riflessione di Federico e quella precedente di Davide mi pare emerga un ulteriore elemento caratteristico di questa famiglia, attenuato o del tutto assente negli altri tipi: si tratta di quella che potremmo definire come *promiscuità* professionale, la stessa per intenderci della Factory di Warhol. Fanno infatti parte di queste famiglie non solo sceneggiatori, ma anche registi, attori, scrittori, produttori, cantanti, fumettisti, a riprova della dimensione comunitaria e della conseguente tendenza all'ideazione di progetti che abbiano definiti i ruoli principali (regista, sceneggiatore, attori, ecc.) ancora prima dell'approvazione da parte del committente.

²⁵⁷ L'accezione iniziale è ascrivibile a “Off Broadway” e “Off-Off Broadway” con cui si definiva un tipo di teatro fatto fuori dai confini fisici degli spazi teatrali, diciamo così, ufficiali (il secondo era radicalmente contrapposto alle scene commerciali). Oggi allargando un po' il concetto possiamo intenderlo come teatro fuori dal giro: dei circuiti ufficiali (fatto in piccoli teatri), commerciali (vengono sperimentate forme alternative di teatro), e sovvenzionati (è un esercizio artistico molto poco redditizio).

Il fatto di poter presentare un progetto “chiavi in mano” dà una certa riconoscibilità stilistica all’opera mettendo allo stesso tempo la committenza “*con le spalle al muro*” (Tommaso). Vigendo la regola del “o tutti o nessuno” il gruppo si espone infatti all’eventualità di incassare un rifiuto, ma al tempo stesso, in caso di risposta positiva, ne guadagna in libertà creativa e consolida la propria identità collettiva anche all’esterno, nel più ampio campo della produzione culturale. Si consideri ad esempio il racconto riportato di seguito relativo ad una delle (sotto)comuni individuate reduce dalla produzione di un pilota e in trattativa con la rete per l’attivazione e lo sviluppo della serie; a parlare è uno degli sceneggiatori:

“abbiamo curato tutto noi e abbiamo basato tutto sulla fiducia verso di noi, personale, perché altrimenti la cosa non sarebbe successa così com’è successa: noi c’abbiamo un cast di profilo molto alto a livello televisivo e nessuno di quelli è stato pagato per fare il pilota, e non è stato pagato perché venivano sulla fiducia nostra [...] se non ci prendono così i diritti non vengono ceduti, noi ce l’abbiamo nella clausola contrattuale, che è una cosa molto difficile da ottenere, nel senso, tu levi le armi a tutti, levi le armi al produttore e al canale... cioè loro si devono comprare la cosa finita se la vogliono quindi per noi è un rischio molto alto perché loro potrebbero dire ‘mi piace la serie ma la regia la fa tizio e l’attrice è questa’... non lo possono dire! Però la fortuna e la bravura è stata mettere su una cosa che funzionasse talmente bene che conveniva a loro prendere tutto il pacchetto, perché XXXX [nome attore] viene se noi lo scriviamo ed XXXX [nome regista] fa la regia, e per un’altra fiction gli costerebbe 10 volte di più, lo stesso vale per XXXX [nome attrice], lo stesso vale per XXXX [nome attore] che non farebbe manco televisione” (Tommaso).

Il senso del gioco [Bourdieu, 1985] che si indovina tra le parole di Tommaso è la solidarietà di ciascun membro nei confronti degli altri; solidarietà che è duplice: da una parte, si solidarizza con gli amici-artisti aiutandoli nella realizzazione di un progetto (gli attori che girano il pilota gratuitamente) e, dall’altra, si solidarizza rinunciando allo stesso se tutti i suoi partecipanti non vengono confermati e contrattualizzati. Si solidarizza, in definitiva, in nome di una tensione al collaudato lavoro di squadra.

In generale, questo tipo di famiglie prevede un supporto da parte del gruppo molto forte: i membri vanno incontro ai bisogni degli altri e si fanno *piaceri* a vicenda, ovvero partecipano a progetti accettando di essere sotto-pagati, sapendo che non aumenteranno il loro prestigio personale, oppure fornendo consulenze, consigli, riscritture, senza nemmeno comparire nei *credits*. Limitando il discorso al lavoro di sceneggiatura, non solo tutti sanno a che cosa stanno lavorando gli altri (il che di norma avviene in ogni famiglia creativa), ma ci si aiuta fattivamente attraverso la pratica piuttosto consolidata del leggersi i soggetti o le sceneggiature a vicenda, in una sorta di *editing* interno, quasi mai retribuito e per lo più spietato. Si consideri l’estratto seguente:

“siamo sempre stati molto amici, quindi quello che faceva uno gli altri due ò sfonnavano! Lui ha scritto un pezzo che si chiama XXXX [titolo], parecchio

letto che funziona, è veramente divertentissimo... però prima di farlo leggere agli altri, giustamente lui l'ha fatto leggere a noi: io gli ho detto 'Mah così e così!', e lui gli ha detto 'Inizia con una premessa totalmente sbagliata'... poi invece funziona da morire! Quindi [ridendo] è un modo anche per tirarsi giù a vicenda!" (Giorgio).

Lachmann [1988] osserva una consuetudine simile a quella qui sopra riferita tra i graffitari newyorchesi, i quali valutavano reciprocamente il proprio operato "esposto" nelle stazioni nodali della metropolitana: alla fine degli anni Settanta, «i *writers corners* permettevano ai muralisti di comunicare con i loro pari, che costituivano un pubblico con l'esperienza e la capacità selettiva sufficienti ad attribuire la reputazione per lo stile» [*ibidem*: 243]. Mentre in quel caso gli angoli dei graffiti, in quanto luoghi dove si dava un giudizio sull'opera finita, visibile contemporaneamente anche da un pubblico di non addetti, servivano a «mettere in comunicazione artisti provenienti da quartieri diversi di una comunità o di un network di dimensioni cittadine» [Crane, 1992: 161] che decidevano del prestigio e del riconoscimento dell'artista, nella nostra comune il processo valutativo avviene all'interno della rete familiare stessa e interessa ogni fase del lavoro, dal soggetto (si discute l'idea in occasioni di incontro comune) al montaggio (nel corso di proiezioni organizzate *ad hoc* per gli amici), fino al momento della fruizione pubblica (quando il film è nelle sale, la serie va in onda, lo spettacolo debutta a teatro, ecc.). Così un altro sceneggiatore (e regista) parla dei suoi critici più fidati appartenenti alla stretta cerchia amicale (oltre che professionale):

"sono i più impietosi perché chiaramente non sono quelli che mi devono compiacere perché siamo amici quindi non hanno bisogno di compiacermi, e sono quelli che proprio dicono 'qui hai toppato' in maniera diretta insomma! non mi aspetto complimenti mai da loro: quando vengono a vedere un film mi dicono le pecche, cioè mi dicono bravo però comunque mi dicono vedi qua..." (Lorenzo).

Al pari di quel rapporto franco, diretto e spesso verbalmente violento che caratterizza le fasi creative dei sodalizi artistici di cui ho parlato nella sezione precedente, anche quando i familiari sono chiamati ad esprimere un giudizio sull'operato di un altro, non fanno sconti: per Lorenzo sono i critici "*più impietosi*" proprio in virtù dell'amicizia che li lega ("*non hanno bisogno di compiacermi*"). Dal momento che si tratta di critiche tra amici che condividono la stessa rete informale di collaborazioni, questo scambio non incide in alcun modo sulla reputazione del singolo, ma funziona piuttosto come un banco di prova, uno stimolo a migliorare il proprio operato, e un momento di condivisione che contribuisce a consolidare un linguaggio, un set di valori professionali, una visione culturale, comuni.

I "figli dei fiori" del piccolo schermo sono infatti dotati di livelli simili di capitale culturale [Bourdieu, 1993; DiMaggio e Mohr, 1985] al momento dell'ingresso nel campo, trovandosi anzitutto a condividere lo stesso immaginario: sono cresciuti nel medesimo brodo mediatico, e l'aver ascoltato la stessa musica, guardato la stessa tivù, divorato gli stessi fumetti, imparato a memoria le scene degli stessi film (su tutti "*i film degli anni '60, che sono i nostri riferimenti*

formativi, che è la commedia all'italiana" puntualizza Tommaso), ne ha indubbiamente amplificato il senso di unione. È probabile che il livello di capitale culturale continui ad essere piuttosto omogeneo tra i suoi membri con il passare degli anni, anche se il capitale economico non sarà ugualmente uniforme.

In sintesi, le famiglie-comune tendono ad assomigliare molto più alla formazione della bottega che alle più recenti famiglie-Ikea. Innanzitutto perché del laboratorio artigiano hanno ereditato l'impostazione creativa, ovvero quel voler fare tutto il lavoro "in casa", al massimo demandando qualche compito, nel caso di serie lunghe, a pochi e fidati collaboratori. In secondo luogo perché il riferimento costante del gruppo è e rimane la narrativa cinematografica, anche se poi i suoi membri sono quelli che con più agilità si muovono dalla pubblicità al videoclip, dalla puntata di una serie al film per il grande schermo; a unirli è la voglia di raccontare storie, storie che loro per primi vorrebbero sentir raccontate, storie che siano capaci di narrare il nostro tempo e che per questo piacciono al pubblico. Si veda a tal proposito la dichiarazione che segue:

"io ho sempre detto NO a tutto quello che non mi piaceva... io con lui, lui e lui sono stati insieme a me protagonisti dei cinque spettacoli teatrali che ho fatto, che ho scritto insieme a XXXX [nome sceneggiatore], di cui ho fatto la regia... noi facevamo un casino, facevamo due repliche al giorno per tutta la gente che veniva, quindi a ma bastava quello per stare bene! [...] Quando mi dicevano vieni a scrivere per la tivù, NO! Poi ho fatto un film, ne ho fatto un altro, poi quando mi hanno detto facciamo la tivù però m'hanno detto te sei libero di fare quello che vuoi io dicevo lo voglio nero su bianco... tutto scritto" (Alessandro).

Questo sceneggiatore sottolinea un'ultima importante caratteristica delle famiglie-comune: i suoi appartenenti si autorappresentano come coloro che si oppongono allo *status quo*, ovvero "*dicono dei no*", perché vogliono essere innovatori, non lavorare vergognandosi, rinunciando appunto anche a dei progetti se non corrispondono al proprio credo artistico. Così come il maestro di bottega vaglia con attenzione i progetti su cui lavorare perché il risultato finale (la scelta di un prodotto che poi diventa un *flop*) non comprometta la reputazione propria e dei suoi familiari, allo stesso modo i membri della comune, che spesso hanno dalla loro una situazione economica agiata (familiare o individualmente acquisita), scelgono con cura i progetti su cui mettere la propria firma, pretendendo che sia loro garantito "*nero su bianco*" un certo margine di libertà, indulgendo a "*scrivere la puntata de fiction brutta*" (Davide) solo quando ne hanno veramente necessità economica, e cercando invece di lavorare su idee proprie originali ("*e visto che un po' di storie da raccontare ancora ce le ho, le vorrei raccontare*" conviene speranzoso Federico).

4.4. Ikea: famiglie componibili

Per il terzo tipo di famiglia di scrittori creativi per la televisione ho scelto l'immagine della multinazionale svedese del mobile a basso costo. Sono

principalmente due i motivi che mi hanno portato a privilegiare questa similitudine: quando aprì la sua ditta nel 1943 il signor Kamprad vendeva penne, calze di nylon, orologi, cornici e oggettistica varia (sempre a prezzi economici); una volta convertitasi al design contemporaneo da assemblare ognuno a casa propria, l'azienda ha continuato a fondare la sua cultura lavorativa, tra le altre cose, sull'egualitarismo (durante le "settimane anti-burocrazia" anche i manager scaricano camion e vendono divani) e sulla capacità di disegnare prodotti belli che siano economici e funzionali grazie ad un team di dodici disegnatori *full time* e ottanta freelance che lavorano gomito a gomito con la produzione [Capell, 2005]. Le famiglie-Ikea riferite al mondo della scrittura creativa per la televisione sono tali perché la loro impostazione rivisita gli elementi appena accennati: i suoi membri hanno fatto un "salto" di formato, i rapporti tra loro sono paritari (nonostante di fatto i ruoli risultino ben definiti) e sono sempre più richiesti sul mercato perché hanno imparato a "fare" narrazione televisiva con ritmi industriali.

Si tratta del tipo di famiglia di più recente formazione, strettamente collegato al periodo di grande espansione della fiction televisiva a partire dalla seconda metà degli anni Novanta. I suoi membri infatti, formati nelle scuole di scrittura e/o produzione, sono cresciuti all'interno dei meccanismi industriali della soap opera, e lì hanno fatto carriera (percorrendo tutta "*la trafila*" da dialoghista a *head writer*) e, una volta usciti dal circuito del *daytime*, molti di loro sono stati "promossi" al ruolo di *head writer* di prima serata; oppure si sono formati internamente ad una casa di produzione come *story editor* e la loro rete di relazioni informali si è andata progressivamente allargando includendo chi aveva lavorato ai diversi progetti per quel produttore.

Si tratta di due casi che meritano di essere considerati separatamente ma che presentano tuttavia alcune caratteristiche comuni: innanzitutto, queste cerchie familiari si sono formate all'interno di un'organizzazione che ha funzionato da "bottega formale". I membri quindi non si sono originariamente "scelti" per scrivere insieme, bensì l'elezione è avvenuta in un secondo momento, sulla base di un legame consolidatosi col tempo e con la condivisione di uno spazio. Da un lato infatti queste famiglie vengono a formarsi su progetti di *media e lunga* serialità dove la collaborazione tra gli stessi sceneggiatori può durare anche anni, dall'altro, si strutturano intorno ad alcune *location* strategiche, ovvero gli uffici di scrittura nelle sedi di alcune case di produzione (come Grundy, Mediavivere, Taodue, Lux Vide e Publispei) e il centro di produzione Rai di Napoli dove si trova anche il reparto scrittura di '*Un posto al sole*'.

La condivisione di uno spazio comune risulta cruciale soprattutto nella fase di costituzione della primissima famiglia-Ikea, quella uscita da '*Un posto al sole*' o meglio dalla "*trincea di UPAS*", come la definisce chi vi ha lavorato. La costrizione a stare nello stesso luogo creativo – affettuosamente definito il "*gabbiotto*" – per molte ore al giorno porta inevitabilmente all'innescarsi di rapporti con i colleghi che non sono solo lavorativi. Tra le ragioni che aumentano le possibilità di uno sconfinamento delle relazioni professionali nel privato vi è la situazione in cui si sia costretti a vivere con i colleghi [Salaman, 1974]: come chi lavora nelle fiere itineranti che mangia, dorme e viaggia insieme [Bryant, 1972], anche nel nostro caso, nonostante solo alcuni degli intervistati condividessero effettivamente lo spazio domestico, il fatto di lavorare anche fino a notte fonda

per rispettare una consegna²⁵⁸ – «il tempo lavorativo ha effetti vistosi sulle loro vite non lavorative» [Trice, 1993: 35] –, la vita in una città nuova dove non rimaneva molto tempo per “farsi degli amici”, l’essere quasi coetanei, crea una situazione di grande scambio e goliardica solidarietà. Il luogo di lavoro diventa il crocevia di scherzi, amori, flirt, amicizie, tradimenti, crisi isteriche, e il gruppo una famiglia alternativa. Napoli è stata infatti per molti una città di “adozione” per un periodo variabile da qualche mese a cinque anni e la separazione sia da Roma, dove “*si iniziava a fare la fiction*” (Rachele), che dalla propria città d’origine ha sicuramente inciso sul senso di appartenenza e sulla percezione di essere un gruppo a parte, isolato. Consideriamo questa situazione a partire dal ricordo di Giulia:

“il reparto scrittura era sistemato in quattro stanze nel Centro di Produzione Rai, sullo stesso piano degli uffici Produzione e Regia ma, per una fortunata coincidenza architettonica, un po’ separati. In uno stanzone c’erano le scrivanie degli storyliner; in una stanza più piccola gli storyeditor; in una ancora più piccola il capo degli story editor e poi la stanza del capo, Wayne Doyle, con tavolone per brainstorming e lavagne cancellabili. Per quanto riguarda, l’alloggiamento degli scrittori, così come degli attori, era a gestione individuale, quindi ciascuno si era organizzato secondo i propri gusti e le priorità di spesa. XXXX [nome sceneggiatore] e XXXX [nome sceneggiatore] all’inizio avevano una casa insieme in zona Tribunali e lo stesso per XXXX [nome sceneggiatrice] e XXXX [nome sceneggiatrice]; XXXX [nome sceneggiatrice] e un altro di cui adesso non ricordo il nome erano napoletani quindi stavano a casa loro. Io avevo preso una bella casetta con terrazzo in pienissimo centro [...] grazie all’aiuto di XXXX [noto dirigente sportivo], amico di mio padre (!). Detto questo, come tutti gli emigranti e i cinematografari, facevamo molta vita insieme, a cena da uno o dall’altro, spesso da Wayne, gite fuori porta insieme, ecc. [...]. Si è scopato moltissimo, scrittori con scrittori, scrittori con attori, scrittori con registi. Nelle più diverse formazioni :-). Bei vecchi tempi!” (Giulia, comunicazione mail, 30/08/09).

Del colorito resoconto di Giulia mi sembrano interessanti due punti: da un lato, il fatto che quei giovani trovarono nella soap il loro “*circuito di gioia*” (così Paolo bambino aveva definito il mondo del cinema) dal momento che anche nella prima fucina industriale dell’Italia televisiva, dove ha avuto inizio la storia professionale di questi/e giovani, si “*faceva molta vita insieme*”; dall’altro, il fatto che furono immediatamente socializzati alla divisione del lavoro che presto avrebbe permeato l’intero comparto seriale. Nonostante l’esplicito richiamo di

²⁵⁸ Nella soap opera non vale il principio esposto al paragrafo 3.1.2 per cui le scadenze imposte dalla committenza sono flessibili e da considerarsi come indicative. I tempi della lunga serialità sono infatti rigidamente scanditi: un blocco settimanale di cinque puntate da 25’ minuti deve essere tassativamente pronto, per iniziare la fase di produzione (il girato), in cinque settimane [Capecci e Cardini, 1998]. Alessandra, a proposito delle scadenze da rispettare rigorosamente, ricorda che “*questo era l’orgoglio di Wayne... never miss a deadline, diceva... cioè se quella è la consegna si consegna quel giorno! Ed era il motivo per cui era un inferno lavorare a quei tempi... perché, non avevi finito il blocco? Cavolacci tuoi, cioè stai fino all’una di notte in Rai ma lo consegna il venerdì*”. I ritmi della lunga serialità italiana assomigliano in questo senso molto da vicino a quelli di un qualunque prodotto americano [Cfr. Douglas, 2005; Visca, 2007b].

Giulia alle ricorrenti avventure sessuali tra attori, registi e sceneggiatori (“*nelle più diverse formazioni*”), nella prima parte dell’estratto la sceneggiatrice delinea in modo chiaro, anche dal punto di vista spaziale, la netta divisione tra i diversi reparti di lavoro (“*per una fortunata coincidenza architettonica*” il reparto scrittura e gli uffici di regia e produzione sono situati sullo stesso piano ma “*un po’ separati*”) e tra i diversi ruoli all’interno della stessa squadra degli sceneggiatori: si noti che lo stanzone degli *story liner* è più grande di quello degli *story editor* (che infatti stanno al di sotto dei primi nella scala gerarchica), e che il capo degli *story editor* ha però un ufficio tutto per sé ma più piccolo di quello del “*capo*”, ovvero l’ *head writer*.

Ma è la decisione di ritornare a Roma o di trasferirsi per la prima volta nella capitale che richiede una mobilitazione del capitale sociale accumulato e fa emergere l’utilità, la necessità, e l’efficacia dei legami costruiti all’interno della “fabbrica del sapone”. Anche perché nel momento in cui sbarca a Roma nessuno di quegli sceneggiatori ha un suo agente e tutti hanno avuto rapporti diretti con una sola casa di produzione (la Grundy) e indiretti con quella concorrente (MediaVivere) dove nel frattempo una “*costola*” di amici sceneggiatori ha ideato due nuove *soap* (‘*Vivere*’ e ‘*Cento Vetrine*’), mutuando il sistema di lavoro appreso dal già citato Wayne Doyle. Lo spostamento, naturalmente diluito nel tempo, di molti sceneggiatori da Napoli a Roma rende immediatamente evidente che questa famiglia si cementa attorno ad un interesse/bisogno comune: trovare un lavoro e riuscire a “riciclarsi” nel mercato dell’audiovisivo. Dal momento che, come si è visto anche nel capitolo precedente, “*la puzza di soap ti rimane appiccicata addosso*” (Alessandra), chi ha fatto prima il salto verso il centro geografico del campo dà una mano a quelli venuti dopo, andando così a delineare un network di mutuo aiuto che catalizza nuovi lavori e li smista al suo interno.

Ed è forse la centralità che assume il fatto di *stare su un progetto* a spostare il peso della reputazione del singolo sul prodotto che porta la sua firma: il biglietto da visita degli appartenenti a questa famiglia non è più infatti legato alle persone con cui ha lavorato o lavora bensì ai suoi progetti più importanti o a quelli di cui è stato headwriter (“*ha fatto i Cesaroni*” ad esempio).

Il tenore di vita elevato (gli stipendi percepiti nel periodo napoletano erano piuttosto alti)²⁵⁹ viene mantenuto lavorando a più progetti contemporaneamente, cosa che porta a conoscere sempre più persone, a stringere nuovi legami, “ingrossando” il numero degli affiliati: anche per questo, a mio avviso, il gruppo degli “ex-soapettari” è quello che più degli altri tipi di famiglia assume l’aspetto di una vera e propria «cerchia sociale» [Crane, 1972; Kadushin, 1968]. Non solo e non tanto per il fatto che la rete informale si è costituita intorno ad un’organizzazione [Unruh, 1980: 286]²⁶⁰, ma piuttosto perché non esiste al suo

²⁵⁹ “Avevo venticinque anni e guadagnavo venti milioni al mese... all’inizio, perché all’ultimo step ne guadagnavo molti di più adesso non lo so poi, con la conversione all’euro, però all’epoca era pagato benissimo... io alla fine prendevo quasi dieci milioni a settimana... tutti sperperati in scarpe e vestiti, non ho messo da parte una lira! Ma poi ero giovane, non sapevo che poi le cose sarebbero cambiate, cioè inizi guadagni così per 4 anni e dici ‘va beh andrà sempre così’” (Rachele).

²⁶⁰ Il legame privilegiato con una sola casa di produzione è tipico solo degli esordi nella soap perché una volta passati alla serialità del *prime time* questo gruppo risulta essere quello che con più agilità lavora indistintamente per Rai o per Mediaset, e con qualsiasi produttore.

interno una leadership formale, vi è una certa elasticità d'ingresso (superiore a quella propria dei primi due tipi di famiglia qui analizzati), e non tutti si conoscono direttamente né si frequentano con continuità.

Se la serialità televisiva, come si è già annotato, prevede che il lavoro di scrittura si strutturi intorno ad una marcata gerarchia di ruoli e professionalità ben definiti, in una parcellizzazione che richiama l'*assembly line* descritta da Gans per le redazioni giornalistiche [1979: 109], è vero anche che si tratta di una gerarchia mobile e temporanea, variabile da un progetto all'altro. Questo significa che c'è un alto livello di intercambiabilità dei ruoli: chi fa il capo scrittura su una serie può scrivere infatti sceneggiature di puntata per un'altra fiction di cui è *head writer* un amico; parimenti, sembra poco vincolante anche il concetto di "coppia creativa" dal momento che ci sono persone che scrivono ora da sole, ora con uno e ora con un altro.

L'aspetto più significativo di queste «relazioni orizzontali di interdipendenza» [Gagliardi, 2005: 122] è dato dal fatto che seguendo le linee di collaborazione reciproca si può notare come questo gruppo familiare si strutturi secondo cerchi concentrici: al centro stanno i colleghi che hanno condiviso l'esperienza della soap e che sono amici anche nella vita, al punto che questa rete contiene spesso anche mariti, mogli, compagni e compagne²⁶¹ (alcuni dei quali a loro volta sceneggiatori) e rispettivi figli, e si estende a momenti di incontro in territori extra-lavorativi (il calcetto del lunedì, l'aperitivo tra amiche, le cene a casa di uno o dell'altro, le vacanze insieme, ecc.). Nel cerchio secondario invece si collocano sia persone note all'intera cerchia, con cui ci si trova a lavorare ad intermittenza, che le reti informali periferiche dei singoli sceneggiatori "centrali", costituite da quegli sceneggiatori che, come spesso accade sulle lunghe serie, vengono *suggeriti* direttamente dalle reti ma con i quali spesso si crea un *feeling* speciale che li fa entrare di diritto nella propria rete. In genere quest'ultimo tipo di legami rimane diadico mentre è debole (o inesistente) a livello allargato, familiare, dal momento che nessuno dei due riesce ad introdurre stabilmente l'altro nella propria famiglia.

Abbiamo visto che queste formazioni reticolari funzionano soprattutto da agenzia del lavoro, fornendo ai suoi membri informazioni su possibili lavori di cui si è sentito parlare, oppure "passando" un progetto su cui non si ha tempo di lavorare, o ancora suggerendo alla rete il nome di un collega da far lavorare perché magari in quel momento "*sta alla canna del gas*" (Filippo). Accanto a questo comune interesse venale, volto solo a procacciare lavoro per sé e per gli altri, possiamo rinvenire un aspetto più "romantico" della famiglia-Ikea: a metà strada tra momento professionale e tempo libero di svago, si svolge il rito della visione collettiva (o in piccoli gruppetti) di una serie firmata da uno dei più stretti "familiari". Nel salotto di casa di qualcuno, davanti alla tivù insieme a milioni di italiani, questa rete di sceneggiatori ri-evoca un rito che ha condiviso negli anni di "*trincea*". Vedere l'episodio in televisione tutti insieme è un modo per valorizzare i lavori altrui, per condividere un risultato anche se non si ha preso parte attivamente al progetto, per gioire di un successo o confortare per una sconfitta (alla visione della puntata segue infatti il mattino successivo la trepidante

²⁶¹ Come gli *insider/outsider* che si affiancano agli artisti descritti da Simpson il loro ruolo è quello di «essere di supporto e incoraggiamento, e dare assistenza organizzativa» [1981: 110].

attesa del verdetto auditel)²⁶². Si badi bene: «il supporto del network non va confuso con una diagnosi critica» [Simpson, 1981: 109]. La rete di amici infatti difficilmente emette un verdetto negativo sul lavoro di un altro membro, o almeno non lo fa quasi mai in sua presenza, scambiando invece con gli altri il proprio punto di vista sulle motivazioni possibili di un insuccesso. Nell'estratto che segue riporto quasi integralmente la risposta ricevuta da Alessandra, a proposito di una serie di cui aveva scritto alcune puntate, in seguito alla mia esplicita richiesta di un commento sul flop registrato dalla stessa:

“[le chiedo se si aspettava che andasse così male] Posso dire una cosa? Però giurami che non la fai sentire a XXXX [nome sceneggiatore]... non è che lo speravo perché chiaramente essendoci il mio lavoro e quello di tanta gente a cui voglio bene, XXXX prima di tutto... io questo lavoro l'ho preso proprio perché c'era XXXX... ma anche per altre persone è stato così: per noi era XXXX il motore di questa cosa. E XXXX ha messo noi come conditio sine qua non per accettare... cioè proprio un affetto condiviso e un desiderio in questo senso sì che il progetto andasse bene... però il progetto era talmente partito male, talmente con delle premesse sbagliate, [...] fatto con quei criteri lì... e lì se posso dire XXXX ci ha messo del suo, perché lì se posso dire ha avuto una presunzione in questo, che comunque non importa il caso di puntata, importano le storie orizzontali per cui nei casi mettiamoci un po' quello che ci pare, li appiccichiamo lì... per me è esattamente il contrario: se c'è una cosa interessante in una narrazione in ambito medico ad esempio è che ci sono miliardi di situazioni che si verificano nella vita vera, quindi ti conviene andarti ad informare... quindi alla fine i casi erano di una banalità non indifferente, o comunque erano tirati per i capelli [...]. Quindi io sinceramente non mi aspettavo nulla di buono! [...] A me non era piaciuto ed ho avuto proprio l'imbarazzo di non riuscire a dire a XXXX che non mi era piaciuto” (Alessandra).

All'inizio della sua disamina Alessandra si sincera che non riferirò all'headwriter (che conosco) quanto sta per dirmi; specularmente, conclude la sua riflessione ammettendo “l'imbarazzo” di non essere riuscita a confessare che la serie non le piaceva e che di conseguenza il flop non l'ha colta di sorpresa. Questo ci dice innanzitutto che in un mondo come quello dello spettacolo in cui stroncature e critiche sono una costante, la rete familiare così organizzata diventa un rifugio all'interno del quale ci si sottrae delicatamente all'atto di “farsi le pulci” a vicenda e una specie di oasi di speranza in cui, per “affetto condiviso”, ci si augura che i progetti in cui sono impegnati in prima persona amici a cui si vuole

²⁶² Ho personalmente assistito ad uno di questi “balletti dell'auditel”: “mentre iniziamo a chiacchierare (dell'insuccesso di XXXX [nome serie]) inizia una serie di telefonate incrociate per sapere com'è andato XXXX [nome serie] di cui ieri sera è andata in onda la prima puntata a cui Giulia ha lavorato. Giulia telefona prima a XXXX [head writer della serie] che però non sa ancora nulla, quindi chiama XXXX [collega] che le legge live i dati auditel [...] Giulia si stupisce del flop, dice che nonostante fosse una ‘merdata’ era convinta che al pubblico sarebbe piaciuto e commenta con lui che ‘il 7% di XXXX [altra serie a cui ha lavorato] sta diventando un successo clamoroso’ [...]. Giulia richiama quindi l'head writer che nel frattempo aveva già avuto la notizia dei dati e ancora una volta commentano insieme il fatto che le nuove serie stanno andando tutte male...” (note di campo, 01/10/08).

bene possano funzionare anche se li si ritiene *brutti*. Ma ci dice anche qualcosa in più: nella parte centrale dell'estratto Alessandra si dimostra infatti molto lucida nella sua analisi dei difetti che la serie presentava già sulla carta (quindi nelle sceneggiature)²⁶³ ed insiste su una differente visione narrativa tra lei e l'headwriter. Credo che questa sia tutt'altro che una minuzia: mentre nella famiglia-bottega e nella comune familiare può esserci un disaccordo (come abbiamo visto anche molto acceso) sugli snodi narrativi, sulle svolte di una storia, ecc. ma difficilmente non si è d'accordo sull'organizzazione narrativa complessiva (in tal caso lo scontro sarebbe comunque durissimo), in questo caso non solo c'è una divergenza di punti di vista marcata ma soprattutto non c'è nessun tipo di scambio tra le parti. Il che è giustificato da una motivazione di fondo: il rispetto dei ruoli. In altri termini, Alessandra, nonostante la sua amicizia di lungo corso con l'headwriter della serie, non si sente in diritto, in quanto sceneggiatrice di puntata, di sindacare sulle scelte stilistiche e le decisioni su come impostare la serie prese da chi, in quel preciso momento, era suo superiore. La vita privata e quella professionale si biforcano dunque in questo passaggio cruciale, il che mi pare un precipitato neppure troppo nascosto dell'ambiente lavorativo in cui la maggior parte di queste persone si sono conosciute. In una sorta di cerchio che si chiude l'affermazione di Alessandra conferma quanto si è più sopra detto a proposito dell'estratto di Giulia, evidenziando come la rigida socializzazione al lavoro parcellizzato nella soap opera rimanga una modalità organizzativa standard anche nel lavoro di scrittura successivo.

Passiamo ora a considerare il secondo tipo di formazione Ikea: quella dei cosiddetti "editor-sceneggiatori". Così come l'ambiente organizzativo della soap è stato il *casus belli* del costituirsi della cerchia familiare appena descritta, allo stesso modo la casa di produzione è diventata in anni ancor più recenti il crocevia di scambio tra gli editor interni alle case di produzione, soprattutto Lux Vide, Taodue e Publispei. Anche in questo caso, una volta che la vocazione alla scrittura emerge, e dopo qualche anno di gavetta nella struttura piuttosto rigida di una casa di produzione, l'editor inizia a muovere i suoi primi passi come sceneggiatore sfruttando la sua precedente rete di conoscenze, costituita dal produttore per cui ha lavorato e dagli altri amici editor. Faccio qualche esempio: a Marta il primo lavoro per firmare una sceneggiatura di puntata da sola e con una nuova casa di produzione rispetto a quella in cui lavora ormai da sette anni, l'ha trovato un suo collega editor; Marta a sua volta aveva procurato dei lavori, per la casa di produzione in cui lavora, a Marina, editor presso un altro produttore; Marina poi ha dato vita assieme ad alcuni giovani sceneggiatori e sceneggiatrici (tra cui due amiche di Marta e il collega che le aveva procurato il primo lavoro), conosciuti nella casa di produzione per cui principalmente lavora o ai corsi di sceneggiatura, una società a responsabilità limitata che offre servizi di editing, sviluppo e ideazione progetti, formazione: se dal punto di vista strettamente economico e del lavoro di gruppo (l'idea iniziale era quella di costituirsi da un punto di vista identitario come un "*soggetto autoriale unico*") la società non ha dato grossi risultati positivi, essa ha invece "*funzionato ottimamente per il networking tra*

²⁶³ Ho eliminato dalla citazione tutta la parte in cui la sceneggiatrice si dilunga sui problemi di casting, di montaggio, di fotografia, e sull'incombente figura del *producer* del network, perché ininfluenza rispetto al discorso qui affrontato.

soci e verso esterni incrementando le attività dei singoli” (Marina); invitata ad approfondire questo punto la sceneggiatrice mi ha spiegato che:

“avendo più contatti tra noi per realizzare i progetti della società è capitato che se a qualcuno capitava un lavoro come singolo che non poteva o non aveva tempo di fare lo ha ‘passato’ a un altro socio [...] oppure semplicemente se un socio aveva bisogno di qualcuno con cui svolgere un lavoro si è generalmente rivolto a uno degli altri” (Marina).

Dal discorso di Marina si può cogliere sia il processo di costituzione di una rete familiare (sottolineato dai rapporti più frequenti tra i membri) sia l'immediato sfruttamento della stessa come catalizzatore di lavoro poi smistato tra i membri, aspetto già osservato quale elemento primario delle famiglie Ikea originatesi dalla comune esperienza nella lunga serialità a basso costo.

Mancano invece quasi del tutto dalle formazioni Ikea le personalità “multitasking”: queste famiglie sono composte infatti di sceneggiatori “puri” o che svolgono attività afferenti alla sfera della scrittura (come l'editor), e quasi esclusivamente televisivi. Diciamo che da questo punto di vista sono coloro che occupano più “legittimamente” il campo: per la formazione ricevuta (molti provengono da scuole di sceneggiatura) e per una specializzazione nel formato seriale (“io di miniserie non ne ho mai scritte, quello c'è il giro delle miniserie... io adesso sono nel giro della serialità” mi dice Lucrezia rimarcando l'esistenza di una sorta di confine tra i formati). Consideriamo i due estratti che seguono:

“io appartengo alla generazione televisiva – almeno io la definisco tale – ma non nel senso di chi lavora per la televisione, ma prima ancora chi ha avuto con la televisione un rapporto di esplorazione del mondo e di confronto emotivo, cioè le storie raccontate in televisione mi hanno trasmesso emozioni, non riconosco nel cinema il luogo dell'emozione, o non in maniera univoca, non in maniera totale, anzi devo dire che molto di più e come sistema, proprio come immaginario, e anche a livello iconografico, ma soprattutto dico a livello emotivo, è stata la televisione che mi ha raccontato le storie che mi hanno emozionato...” (Enrico).

“la maggior parte di quelli che la fanno non la capiscono, perché pensano che la televisione sia un derivato del cinema che è sbagliato... è una stupidaggine proprio! [...] La serie ha un altro linguaggio, come contenuti, come modo di raccontare, come ritmi ... non è il romanzo, il film e il cinema...” (Franco).

Ho accostato queste due affermazioni perché entrambe sottolineano lo stretto (e duplice) legame, caratteristico delle reti Ikea, tra sceneggiatore e medium attraverso il quale si esprime. Nel primo caso, Enrico esplora questo nesso dal punto di vista della fruizione: l'immaginario che condivide con i suoi compagni/e di rete è per lo più televisivo e va da ‘Love Boat’ (1977) e ‘Ciranda de Pedra’ (1981) alla “nuova grande serialità americana”. Nel secondo caso, Franco osserva il legame con la televisione dal punto di vista della professione: conferisce al mezzo un suo statuto specifico – di linguaggi, contenuti e ritmi – che è diverso sia dal cinema che dalla letteratura. Questa doppia socializzazione al formato

seriale, da spettatore e da professionista della scrittura, fa sì che queste famiglie siano legate da un'aspirazione collettiva, che nessun membro delle altre ha espresso in modo così perentorio: l'ambizione principale infatti riguarda il ruolo che lo sceneggiatore televisivo riveste, e solo secondariamente le storie che racconta. Detto in estrema sintesi, gli *embedded* Ikea rivendicano per sé un'identità forte e specifica, riassumibile nella figura del *writer-producer* (all'americana), figura già presa in esame, proprio in ottica aspirazionale, nel capitolo precedente. I loro orizzonti in definitiva sono orientati più in senso "esecutivo" che creativo: se infatti, soprattutto tra gli appartenenti alla famiglia-comune, è più ricorrente una visione creativa a 360° gradi (dalla scrittura alla regia), qui l'accento è posto unicamente sulla figura dello sceneggiatore che incanala la velleità di un maggiore controllo sul prodotto che firma in direzione organizzativa (partecipazione al casting, gestione del budget, controllo dei diversi reparti).

4.5. Io scrivo da solo. La famiglia dei senza famiglia

L'analisi delle reti di cooperazione emerse dai racconti degli intervistati e confluite nella relativa tipologia di famiglie fin qui presentata lascia ancora in ombra una categoria residuale di "non affiliati", ovvero una famiglia di senza famiglia. Si tratta di quegli intervistati per i quali non è stato possibile individuare legami forti e/o preferenziali con alcuna delle aggregazioni precedenti: non mi riferisco a coloro che, appena entrati nel campo, hanno difficoltà a reperire contatti, a trovare lavoro, a farsi un curriculum spendibile e una rete di contatti che funzioni da «supporto sociale» [Wellman e Wortley, 1990], «diffusione di informazioni» [Granovetter, 1973] e «cerchia sociale» e collaborativa, bensì a quegli sceneggiatori che, situati in una posizione di carriera piuttosto alta, hanno, come affermano loro, "*lavorato con una molteplicità di sceneggiatori*" e si sono trovati "*bene con tutti*" (Mario). Molti di loro sono arrivati alla scrittura televisiva attraverso percorsi completamente altri, più o meno distanti dal mondo a cui attualmente afferiscono (tra gli intervistati, ricordo, ci sono un giornalista televisivo, un giornalista e saggista, un magistrato, un prete); per altri è semplicemente un fatto caratteriale quello di non fare network ("*sono abbastanza individualista, ma soprattutto odio i clan*" afferma Angelo) o di non vivere la comunità (le riunioni di categoria, sempre a detta di Angelo, sono delle "*ribalte di egocentrismi incrociati*"), facendo piuttosto riferimento sui pochi e fidati amici accuratamente selezionati negli anni. I senza famiglia sono quelli che "non chiedono mai", ovvero in genere non vanno a procacciarsi il lavoro, ma piuttosto si lasciano cercare, per superiorità – "*ho un atteggiamento talmente aristocratico sulla cosa che non faccio testo perché io non vado a chiedere a nessuno*" (Guido) – per imbarazzo – "*so di poter contare sulla stima dei colleghi a cui potrei chiedere, se un giorno stessi inguaiato, un lavoro però... a parte che da questo gioco uno non si ripiglia mai più... la considero una cosa triste, ne deriverei il fatto che non sono bravo ecco*" (Sergio) – o per semplice abitudine all'attesa.

Un aspetto va però chiarito: parlare di "senza-famiglia" non significa negare l'esistenza di legami reticolari. Questi "battitori liberi" sono di fatto il centro di

una famiglia “uni-personale”, alla cui periferia sono collocati individui di uno o dell’altro gruppo familiare, che non si conoscono tra loro. Il rapporto con questi familiari periferici è dunque diadico e, anche quando è stabile, rimane quasi sempre relegato alla sfera lavorativa (scambio di informazioni, collaborazione su determinati progetti, idee sviluppate insieme); poco praticata risulta anche la consuetudine di far leggere i propri *work in progress* ai colleghi.

In questa rete a maglia larga rientrano poi anche legami con attori sociali ed organizzazioni esterne alla propria comunità professionale, come i funzionari di rete con cui ci si è trovati a interagire sui diversi progetti, le case di produzione (lavorano con continuità quasi sempre con gli stessi, con rapporti che possono andare avanti anche per molti anni) e le agenzie che li rappresentano (le quali spesso propongono alle reti dei “pacchetti *all-inclusive*” di sceneggiatore, regista, attori principali, tutti loro “protetti”). Si veda al riguardo il caso riportato di seguito:

“La proposta che nasce da me è quella di XXXX [titolo serie], in tutte le altre mi hanno chiesto di... XXXX [titolo serie] è una storia divertente: perché nel 2003, [...] parlando con un’amica produttrice [...] le ho detto ‘mah mi piacerebbe fare una serie coinvolgendo scrittori’, [...] le ho detto io potrei chiamare XXXX [nomi di tre scrittori italiani] e tutti mi scriverebbero una storia che potrebbe diventare poi un piccolo film... lei mi ha detto, me lo ricordo benissimo perché eravamo al ristorante giapponese, mi ha detto ‘ma se può diventare piccolo, perché non farlo diventare grande?’” (Mirko).

Oltre al rapporto con l’“amica produttrice”, lo sceneggiatore fa qui riferimento ad una rete di rapporti extra-televisivi che gli deriva dal lavoro, precedente ma tuttora svolto, di scrittore. Lo stesso si è peraltro riscontrato nel caso di chi svolgeva la professione di giornalista ed ha in più occasioni “usato” il precedente network per l’attuale attività.

In definitiva, il caso dei senza-famiglia mi sembra particolarmente interessante alla luce del dibattito sull’importanza di legami “forti” o viceversa di legami “deboli” in relazione alle opportunità occupazionali e alla relativa mobilità²⁶⁴. In particolare, credo possa risultare utile il concetto di «*structural holes*» [Burt, 1992; 1995]: questi individui proprio in virtù delle loro reti, diffuse e superficiali, subiscono minori condizionamenti/costrizioni ma possono comunque ottenere informazioni utili e risorse per il proprio avanzamento professionale, «risorse di cui l’individuo si appropria, attraverso l’uso strumentale delle relazioni, per realizzare qualche suo obiettivo o scopo» [Piselli, 1999: 400]. È probabile che il ruolo della socializzazione al lavoro che ha preceduto l’ingresso al campo sia stato determinante: la pratica di scrittura prevalentemente solitaria

²⁶⁴ Pur nell’ambito dello stesso paradigma interpretativo, infatti, gli autori sostengono tesi opposte: da un lato, alcuni studi hanno dimostrato che i legami di parentela rappresentano il principale fattore di reclutamento lavorativo [Cfr. M. Grieco, *Keeping it in the Family*, London-New York, Tavistock, 1987]; dall’altro, vi è chi invece sostiene la forza dei legami deboli sottolineando il fatto che gli individui cambiano lavoro perché sfruttano le informazioni acquisite in modo accidentale sul posto di lavoro, mentre solo di rado familiari e amici offrono opportunità di mobilità occupazionale [Cfr. M. Granovetter, *Getting a Job*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 1974; 2^a ed. riveduta presso The University of Chicago Press, 1994].

(lo scrittore e il giornalista) e la consuetudine a proporre le proprie intuizioni creative direttamente ai superiori (l'editore e il direttore di una testata) hanno avuto, a mio avviso, ricadute significative nella costruzione identitaria di questi soggetti all'interno del nuovo campo.

L'affermazione che segue, fatta da uno sceneggiatore che ha a lungo lavorato nella struttura editoriale di alcune case di produzione, è un esempio di quanto appena sostenuto:

“giro con la mia valigetta piena di idee, mi confronto con il mio agente, che è fondamentale per farmi capire [...] chi in questo momento c'ha la temperatura giusta, dove devi andare, in che modo, mi confronto con le mie talpe all'interno delle reti, e dico ok, c'ho avuto quest'idea, adesso vado lì con il mio banchetto e dico venghino signori venghino, al posto x all'ora y... a volte mi va bene, a volte mi va male” (Giuseppe).

L'atteggiamento tipico di questa categoria familiare residuale è dunque l'individualismo: Mirko al ristorante giapponese con una produttrice e Giuseppe con la *“valigetta piena di idee”* che si divide in cerca di informazioni tra il suo agente e le sue *“talpe all'interno delle reti”* ne sono un esempio vistoso. E i rapporti privilegiati con figure nodali, e non creative, del processo produttivo (il produttore, l'agente, la rete) sono sintomatici di un atteggiamento professionale *“un po' paraculo”* (Giuseppe): questi sceneggiatori non cercano un lavoro (presso i colleghi), aspettano piuttosto una chiamata (per lo più del produttore), e se hanno un'idea da proporre si rivolgono direttamente alla fonte da cui arrivano i finanziamenti. Il tutto, quasi sempre, in solitaria.

4.6. Il “circolo” degli esperti della serialità

Vale la pena considerare in questa sede anche un gruppo trasversale ai quattro tipi di famiglia fin qui descritti, quello dei “super-esperti” della serialità televisiva, consolidatosi in poco più di un decennio, quando in piena crisi del cosiddetto cinema d'autore «si scopre l'intrinseca “scientificità” della sceneggiatura, che deve rispondere a precise regole drammaturgiche» [Zagarrio, 2006: 230], nientemeno che quelle della *Poetica* di Aristotele.

Questi rapporti di network sono simili a quelli che si stabiliscono all'interno delle famiglie creative per il loro carattere informale, fluido e solidaristico. Allo stesso tempo se ne discostano assumendo la forma di “circoli”, molto simili agli *«idea circles»* analizzati da Bystryn [1981: 130]²⁶⁵ con i quali condividono la matrice speculativa.

²⁶⁵ Bystryn cita come esempio più illustre di *idea circle* il *Bloomsbury Group* ma nel suo studio riconosce questo tipo di cerchia sociale nei surrealisti americani che si incontrano nelle gallerie, nei musei, nelle case private, nei bar. E proprio i bar sono la location prediletta di altri gruppi simili, con sede a Parigi (presso il Lapin Agile) e a Berlino (al Cafe des Westens): «il caffè era qualcosa di più di un sostituto della casa rispondendo simultaneamente a funzioni diverse e contraddittorie. Una delle più importanti fu il suo ruolo come luogo di scambio di lavoro tra intellettuali ed artisti. In tempi in cui i servizi postali erano lenti e non esistevano telefoni, fax e

In particolare, usando il termine “circolo” penso al circolo ottocentesco, come «forma tipica della sociabilità borghese nella Francia della prima metà del XIX secolo» [Agulhon, 1977: 17]. I circoli, nati tra amici sulla base di interessi comuni e/o per “ammazzare” il tempo (leggendo i giornali o giocando a carte), si caratterizzano per la loro natura democratica, che li distingue dai più gerarchici salotti, dove si consumava la *vis* mondana dei nobili dell’*Ancien Regime*, e per aver assunto toni politici che preoccuparono le autorità di polizia del tempo. Si prenda il caso della *Société d’Arcueil*, una sorta di “società scientifica privata” che riuniva nei fine settimana della bella stagione, nella campagna di Arcueil appunto, un gruppetto di amici ed allievi di due dotti signori parigini: nata dall’abitudine di relazioni informali la *Société* si formalizzò in un’associazione quando iniziò a pubblicare i lavori dei suoi membri, ma «la componente del *club* mondano, del circolo di amici, non sparì mai» [ibidem: 22]. L’esempio più noto di artisti che condividono, scambiano e discutono idee estetiche, culturali, politiche, resta però senza dubbio il circolo di Bloomsbury (*Bloomsbury Group* o *Bloomsbury Set*), dal quartiere londinese che per un lungo periodo fu la *location* degli incontri tra letterati, artisti, filosofi, economisti. Diversamente dal caso precedente, il gruppo, nato come assemblea informale di neolaureati di Cambridge, non formalizzò mai la propria attività, semmai la promosse attraverso la Hogart Press, la piccola casa editrice dei coniugi Woolf (che negli anni tra le due guerre da hobby poco più che casalingo diventò un business solido e redditizio) e la Omega Workshops, una compagnia di “design” fondata dal critico Roger Fry, a cui contribuivano con le loro opere (stoffe, vetri colorati, mosaici) alcuni pittori di Bloomsbury.

Mi sono soffermata su questi due esempi perché credo vi siano alcune somiglianze con il nostro caso: la presenza di una casa editrice che esalta il contenuto più che l’estetica dei suoi volumi (Leonard Woolf amava dire «stampiamo libri per chi vuole leggerli, non per chi vuole possederli e basta»); un gruppo piuttosto esclusivo ed eterogeneo di intellettuali; un’abitudine all’incontro in luoghi scelti; un comune credo culturale; elementi formali mescolati a consuetudini informali. Con la differenza che la *Société d’Arcueil* passa dall’informalità all’organizzazione, i *Bloomsberry* non si organizzano mai ufficialmente ma di fatto si formano all’interno dell’istituzione accademica, e il circolo qui individuato deve la sua esistenza al fatto che i suoi membri gravitano tutti intorno a *Script*, o la rivista o la scuola o entrambe.

Attorno al periodico, che ha cadenza quadrimestrale ed è nato nel 1992 “*per pura passione*” del suo editore Dino Audino²⁶⁶, e al corso Rai Script, di cui si è parlato già nel capitolo precedente analizzando la formazione e i meccanismi d’ingresso al mestiere di sceneggiatore, si “radunano” un certo numero di professionisti dell’audiovisivo che affiancano alla loro attività di scrittori, story-editor, produttori, l’impegno didattico e un’analisi attenta sui meccanismi del sistema e sulla struttura del testo seriale²⁶⁷. Consideriamo l’estratto che segue:

email, il caffè performò una funzione essenziale nel riunire insieme giornalisti ed editori, pittori e modelle, attori e registi» [Wilson, 2000: 35].

²⁶⁶ “La rivista è rinata nel 1992, esisteva prima in forma clandestina, io ho comprato la testata da un altro mio amico pazzo che faceva la stessa cosa, poi si è stufato di perdere soldi e mi ha detto adesso se vuoi perdili tu!” racconta Dino Audino (intervista 14/10/08).

²⁶⁷ L’obiettivo dichiarato del gruppo «consiste nel mettere la storia e il buon copione alla base del processo produttivo nel Cinema e nella finzione televisiva, nella convinzione che riproporre

“la cosa centrale degli anni ‘90 è stata il corso Rai [...]: mi ha dato una consapevolezza teorica che prima non avevo ed era affidata soltanto ad altro, ad interessanti schemi di mestiere... tutti i miei colleghi mi dicevano ‘ma chi te lo fa fare?’, io invece avevo proprio interesse diciamo culturale alla sistematizzazione. Poi dopo sono stato docente per tanti anni – è lì che ho conosciuto XXXX [nomi di due giovani sceneggiatori]” (Matteo).

Il meccanismo di ingresso a questo “circolo” dunque è determinato, oltre che dalla frequentazione del corso, da un “*interesse alla sistematizzazione*”, dalla condivisione di una concezione del lavoro narrativo come un’arte strutturata e dal padroneggiare un linguaggio tecnico mutuato dalla scuola americana. In particolare, *Il viaggio dell’eroe* di Vogler, i testi di Linda Seger, e la regola della “struttura in tre atti” esposta da Robert McKee²⁶⁸ costituiscono il fondamento dell’*expertise* di gruppo (la “*consapevolezza teorica*” di cui parla Matteo) e il piano su cui si basa il confronto intellettuale tra pari. Se il vocabolario condiviso dalla rete degli *ex-soapettari*, che pure è mutuato dal sistema americano, riguarda infatti prevalentemente i ruoli di chi lavora nel reparto scrittura di una serie televisiva, in questo caso il *know-how* del gruppo si fonda su una serie di nozioni (ad esempio l’“incidente scatenante” o il “fatal flaw”²⁶⁹) che riguardano la struttura drammaturgica di una storia.

Il collante del circolo, organizzato attorno all’attività editoriale di un *mecenate* e ad un corso promosso dalla televisione pubblica, non è né una relazione di mutuo aiuto e solidarietà né una consolidata pratica di collaborazione lavorativa (alcuni non hanno mai scritto insieme), bensì un “credo” politico, in senso ampio.

una narrazione forte e ben costruita contribuisca a non delegare alla sola regia il peso del film e significhi porre le basi per ricostruire un rapporto migliore e più consapevole con il pubblico italiano». Cfr. <http://www.dinoaudino.it/page.php?id=script>.

²⁶⁸ Christopher Vogler è sceneggiatore e docente alla UCLA, autore del saggio *The Writer’s Journey: Mythic Structure For Writers* (1992; trad. it. *Il viaggio dell’eroe*, Roma, Dino Audino, 2004) in cui approfondisce la struttura del mito nella convinzione che la quasi totalità delle storie sia in realtà l’elaborazione della stessa storia. Linda Seger, *script-consultant* per il cinema e la televisione, è autrice di uno dei più diffusi manuali di sceneggiatura negli Stati Uniti *Making a Good Script Great* (1987; trad. it. *Come si scrive una grande sceneggiatura*, Roma, Dino Audino, 2006). Robert McKee è invece considerato il guru americano della sceneggiatura: consulente di scrittura e professore di drammaturgia è famoso soprattutto per il suo workshop dal titolo *Story* che ha portato in giro per il mondo (il testo omonimo è stato pubblicato in Italia dall’International Forum Edizioni).

²⁶⁹ Ho preso ad esempio due dei numerosi concetti tecnici legati alla costruzione di una storia. Non è questa la sede per approfondirli anche se ammetto che una riflessione approfondita sullo sviluppo di un saper fare come saper condividere, verbalizzare, scomporre il proprio lavoro attraverso un linguaggio comprensibile al resto della comunità sarebbe affascinante. In termini generali comunque, l’“incidente scatenante” (detto anche “catalizzatore” o “evento rivelatore”, a seconda delle diverse teorie) è il fatto, fisico o psicologico, che imprime alla realtà del protagonista una certa direzione che la rende narrabile (Cfr. <http://www.scriptool.net/2010/01/incidente-scatenante.html> turningpoint); il “fatal flaw” costituisce invece «lo strumento di tortura psicologica su cui costruire un protagonista», è ciò che il protagonista «a mala pena riesce a dire a sé stesso, è il segreto dei segreti, quello che fino alla fine l’Eroe non riuscirà a debellare» (Cfr. <http://sceneggiatura.wordpress.com/>).

La decina scarsa di persone di cui si compone l'*inner circle*²⁷⁰ condividono la passione per l'analisi di contenuto dei testi culturali, la convinzione che il talento individuale possa e debba essere supportato da una formazione atta ad unificare il lessico e ad insegnare come si affronta la pagina bianca, pagina che può assumere forme diverse a seconda del mezzo a cui è destinata. È inoltre indubbiamente il gruppo che meglio conosce i meccanismi industriali del mondo che abita e che ha un'idea precisa di quello che vorrebbe abitare, dal momento che ha approfondito il funzionamento della macchina produttiva negli altri paesi, in particolare ha studiato il sistema anglosassone a cui guarda come a un modello da (in)seguire. Uno di questi sceneggiatori, cresciuto in quella che ho definito la famiglia-bottega che attualmente abita anche la periferia di una comune, risponde così alla mia domanda (provocatoria)²⁷¹ sui modi in cui la sua comunità professionale conosce la realtà produttiva americana:

“la conosciamo perché leggiamo riviste, perché nel giugno scorso era ospite da noi Jack Bender [produttore esecutivo e regista di ‘Lost’, serie USA, 2004] e ho passato due serate con lui, gli sceneggiatori americani sono venuti qui 1000 volte, c'è uno scambio anche fisico personale... Lindelof [co-creatore di ‘Lost’] è venuto non tanto tempo fa, ora stiamo cercando di far venire Shonda Rhimes [creatrice e direttrice esecutiva di ‘Grey’s Anatomy’, serie USA, 2005] per Script e per il corso Rai... io faccio entrambe le cose. Quindi la conoscenza della realtà americana è una conoscenza diretta e non più di tanto equivocabile [...]. Molte delle persone con cui parli non hanno idea, tu stai parlando con una delle non tantissime persone un po' più seriamente informate su queste cose: per passione, per tensione alla militanza e all'invettiva, e per una propensione all'analisi di sistema e all'incapacità di considerare le cose separate in un sistema così complesso” (Simone).

Questa vibrata considerazione, oltre ad evidenziare la consapevolezza di una preparazione e di una conoscenza non condivise dal resto della comunità professionale (elemento che distingue chi sta dentro da chi sta fuori), porta a fare una considerazione sulla fitta attività di network intrapresa dal gruppo. La

²⁷⁰ Lo zoccolo duro del circolo, che si incontra abitualmente, è composto oltre che da Dino Audino, da due sceneggiatori, uno story-editor, un produttore-sceneggiatore (del comitato editoriale della rivista fanno parte anche un regista-sceneggiatore e un saggista), occasionalmente una sceneggiatrice; in tempi recenti si sono aggiunti un docente e studioso di serialità, un giovane sceneggiatore, una editor-sceneggiatrice.

²⁷¹ La realtà americana viene spesso presa a modello dagli intervistati, sia per quanto concerne il livello qualitativo medio dei suoi prodotti di fiction televisiva sia per il sistema produttivo considerato efficace e altamente strutturato. Mi sono quindi chiesta quanto quello americano fosse un *mito* e quanto invece derivasse da una reale conoscenza dei meccanismi seriali d'oltreoceano, ovvero come gli sceneggiatori si fossero documentati in materia (scuola, approfondimento individuale, conferenze e riviste, passaparola tra colleghi). Per questo ho iniziato a chiedere a chi faceva riferimento al continente americano (con espressioni del tipo “*in America invece...*”, “*gli americani non fanno mica così*”, ecc.) su quali basi lo conoscesse. È così emerso che la maggior parte degli intervistati, esclusi i membri di questo ristretto circolo intellettuale, non aveva una conoscenza “di prima mano” del sistema americano, ma fondava le proprie convinzioni su un “sentito dire”, su informazioni generiche (e talora errate), su una retorica centrata sull'opinione diffusa che “*alla fine è quello il sistema che funziona, non è un caso che lì si facciano le serie più belle del mondo*” (Mario).

conoscenza diretta di sceneggiatori e in generale operatori del settore stranieri (contattati per i corsi, intervistati per la rivista, ma anche conosciuti ai festival, ecc.) amplia infatti i confini periferici del gruppo su base extranazionale. Quasi tutti gli sceneggiatori intervistati hanno una propria (seppur limitata e spesso debole) rete di rapporti internazionali, ma si tratta di conoscenze che il singolo sceneggiatore ha fatto indipendentemente dalla sua famiglia di appartenenza (in genere in seguito a un periodo di formazione all'estero o ad un lavoro in co-produzione); per il circolo di Script invece la rete di conoscenze estere, che include americani, francesi, inglesi, tedeschi e sceneggiatori del Nord Europa, è più estesa, di lungo periodo (non si dimentichi che i primi corsi promossi da Script erano tenuti quasi esclusivamente da docenti americani) e incide sul livello del capitale sociale comunitario [Tronca, 2006].

Un'altra porzione periferica del circolo è poi quella degli aspiranti e dei giovani sceneggiatori, ovvero gli allievi ed ex-allievi della scuola: se i contatti internazionali garantiscono al gruppo la possibilità di alimentare la propria attività (in molti numeri della rivista sono contenute le interviste a *guest* stranieri) e di costruire fruttuose collaborazioni, chi fa il corso offre ai membri centrali una conoscenza del sistema "dal basso" ("*io queste cose le ho scoperte negli anni perché i ragazzi del corso me lo raccontavano*" afferma Dino Audino) e la possibilità di intercettare nuovi talenti.

Trovo particolarmente calzante a definire il rapporto centro-periferia così come si struttura all'interno del circolo (con gli intellettuali al centro e tutti gli altri, sceneggiatori stranieri, ex-allievi ed operatori del settore intorno) la metafora del salotto, che nelle giornate normali «è relativamente intimo, limitato ad una "società" composta dalla famiglia allargata e dagli amici intimi» mentre nelle occasioni speciali, diventa luogo di ricevimento e «si estende alle società vicine e agli amici degli amici» [Agulhon, 1977: 30]. Per questo è una forma familiare assolutamente atipica e a se stante: perché pur essendo definita in modo più netto rispetto alle altre per quanto riguarda il suo centro di intellettuali, è poi molto più aperta nell'imbrigliare tra le maglie della sua rete quante più persone possibili, indipendentemente dalla provenienza geografica, dalla posizione nel campo, dai formati narrativi che pratica. Perché l'obiettivo è proprio quello di una riflessione di sistema critica e insieme propositiva.

Nonostante il gruppo graviti intorno ad un luogo simbolico fisso, la casa editrice, non c'è invece un vero e proprio "salotto" di incontro: il piccolo scantinato di via Monte Brianzo, sede legale di *Script*, è infatti troppo piccolo per ospitare confortevolmente tutti, quindi

"ci troviamo [...] a casa di Dino oppure in un paio di locali a seconda che sia ora di pranzo (vicino alla sede della casa editrice) o cena (tra casa mia e casa di Dino che abita a via banchi vecchi). In certi periodi gli incontri hanno avuto cadenza bisettimanale (ogni 2 martedì di massima). In altri periodi sono stati molto più rari. Gli ultimi 18 mesi sono stati molti più intensi della media degli ultimi anni" (Simone, comunicazione mail, 20/01/09).

Da questo estratto emerge anche una consuetudine programmata all'incontro (in giorni più o meno fissi) e variabile a seconda del periodo: Simone sottolinea che l'ultimo anno e mezzo è stato "*intenso*", in linea sia con l'esigenza di

riconsiderare (e rivitalizzare) i contenuti della rivista e del corso sia con la più generalizzata situazione di fermento che sta interessando l'intero comparto della serialità televisiva²⁷². Ma lascia intendere che ci sono stati dei periodi in cui le occasioni di dialogo sono state “rare”: questo significa che a tenere insieme il gruppo più che l'amicizia in senso stretto (che ciascuno coltiva a livello individuale con gli altri membri) è proprio la necessità del confronto intellettuale su tematiche attuali che interessano l'intero campo e di una condivisione di saperi intellettuali e punti di vista critici con persone verso le quali si nutre, innanzitutto, una profonda stima.

Conclusioni. Una comunità di famiglie creative

In questo capitolo ho cercato di portare l'attenzione sui network informali tessuti dagli sceneggiatori, convinta che essi costituiscano un tassello importante nella costruzione identitaria di questa figura creativa e nel suo posizionamento all'interno del campo. Ho definito questi network, insieme occupazionali e privati, *famiglie creative* e, sulla base di una tipologia di cinque tipi familiari, ho argomentato come varino in struttura, opportunità di avanzamento di carriera, rapidità degli spostamenti periferia-centro, e reputazione (sia individuale che della cerchia di riferimento).

Ciascuna famiglia sembra strutturarsi intorno a due cerchi concentrici: un *inner circle*, che include un gruppetto di (pochi) amici i quali, sulla base di una collaborazione lavorativa più o meno costante ed esclusiva, hanno negoziato un'ideologia del proprio mestiere e condividono un certo numero di interessi e di obiettivi professionali; un *peripheral circle* di legami più deboli, nei quali rientrano i rapporti con i neo-entrati, con persone che appartengono ad altre famiglie o alla sfera relazionale di uno o pochi dei membri centrali, coi senza-famiglia. Per ogni nucleo familiare ho anche cercato di dare conto di una duplice ed opposta dimensione [Douglas, 1982]: da un lato, gli elementi di coesione tra i membri (*group dimension*) dati dalla solidarietà reciproca, dal mutuo aiuto (coniugato in vari modi: dalla lettura dei copioni altrui al sostegno morale per un insuccesso), dalla convivialità; dall'altro lato, i meccanismi che regolano le relazioni interne (*grid dimension*), la struttura dei rapporti sociali e dell'autorità [Trice, 1993: 25].

Seppur informali infatti nemmeno le nostre reti si sono rivelate «liberamente fluide» [Kadushin, 1974: xiii]: possono poggiare, ovvero crearsi o consolidarsi, sul carisma e l'esperienza di un mentore (le famiglie-bottega), su un'istituzione o

²⁷² Nel secondo capitolo ho individuato l'attuale “stato” del campo come una fase di sostanziale maturità ma al tempo già percorsa da venti nuovi, presagi di un ulteriore passaggio di stato che potrebbe verificarsi nel giro di qualche anno. Recentemente, ad esempio, c'è stata un'agitazione dell'intero comparto dei creativi di fiction, supportati dagli stessi produttori dell'A.P.T., contro la temuta approvazione (al momento rinviata) di un decreto legislativo sulla tv teso ad abrogare una norma della legge Maccanico in base alla quale le televisioni sono obbligate ad investire nella produzione nazionale. Per un approfondimento si veda *Veltroni: “Via quell'articolo o la fiction rischia di morire”*, in «Repubblica», 16/12/09.

una location (l'università, i corsi di sceneggiatura, i teatri off per la famiglia-comune) su organizzazioni formali (le famiglie-Ikea e il circolo degli esperti).

Inoltre, il caso dei senza-famiglia ci ricorda che le risorse relazionali sono importanti solo in particolari contesti e in riferimento a specifici obiettivi: probabilmente senza una rete di legami forti gli sceneggiatori di soap avrebbero faticato ancora di più a “sdoganarsi”, mentre ai giornalisti e agli scrittori è bastato l'*allure* culturale e qualche contatto dal precedente lavoro per entrare in un campo, rispetto al quale quasi si compiacciono di essere ancora in parte estranei.

Per quanto riguarda invece i legami esterni di una famiglia con le altre, pur non trovandoci di fronte a degli *uncircled wagons*, come le cerchie isolate e scarsamente comunicanti del mondo della fotografia negli anni '80 [Giuffrè, 1998], ed assistendo anche a scambi piuttosto frequenti tra famiglie, per via dei team di scrittura o di accavallamenti da parte di alcuni membri, non si può parlare di vere e proprie “intersezioni”, proprio per via delle «idioculture» di ciascun gruppo [Fine, 1979]²⁷³. In parte questo spiega forse anche la mancanza di una vera e propria cultura professionale coesa, diversamente da altre comunità professionali presso le quali il sentimento comunitario prevale sulle cerchie sociali, un sentimento che viene rinnovato ed ogni volta si consolida attraverso momenti collettivi molto sentiti: quello dei jazzisti ad esempio è un gruppo che vive una sorta di isolamento dal mondo esterno e rafforza la propria identità con le *jazz-session* [Merriam e Mack, 1960; Harvey, 1967].

In sintesi direi che questi piccoli gruppi reticolari si caratterizzano per una condivisione di quelle che possiamo definire come *semantiche occupazionali* e *retoriche occupazionali*²⁷⁴: da una parte infatti, i membri di ciascuna “rete” sono accomunati da un set di esperienze, di simboli, di pratiche; dall'altra, mettono in essere un *we sense* condiviso nei termini di un'articolazione di discorsi relativi alla consapevolezza (emozionale) di appartenere a quella “rete”, o sottogruppo, professionale.

E una delle retoriche occupazionali più abusate è quella relativa all'autorialità, rispetto alla quale si assiste ad una ideale ricomposizione della categoria professionale in termini comunitari: dimentichi delle loro reti di sicurezza, della condizione di allievi e maestri, delle gerarchie di ruolo tra *head writer* e *freelance*, perfino degli *amorosi sensi* delle coppie creative, ogni sceneggiatori *at work* si trova a fare i conti con la figura più sfuggente e mitica dell'intero processo produttivo, ovvero l'Autore. Lasciata dunque alle spalle la sicurezza del nido familiare, nel prossimo capitolo analizzerò l'autorialità in quanto posta in gioco del processo creativo.

²⁷³ L'«idiocultura» «si presenta come elemento di mediazione tra i vincoli esterni al gruppo e il comportamento adottato dal gruppo per affrontare/gestire questi vincoli [...] e] ci permette di comprendere come un gruppo aumenti il suo senso di appartenenza, coesione e impegno» [1979: 225].

²⁷⁴ I due concetti sono mutuati rispettivamente da «semantica generazionale» e «retorica generazionale» utilizzati per approfondire «il significato dei media all'interno delle dinamiche di autoriconoscimento generazionale» [AaVv, 2009: 18; Cfr. Corsten, 1999].

capitolo quinto

La spirale creativa. Storia di un'autorialità frammentata

*«Dio, pensai, e l'autore? Per queste creature l'autore
era il sangue, le ossa, il cervello (o la loro assenza).
L'autore gli faceva battere il cuore, gli dava le parole da dire,
li faceva vivere o morire, qualunque cosa volesse.
E dov'era l'autore? Chi mai faceva fotografie all'autore?
Chi lo applaudiva? Ma andava bene lo stesso,
andava benissimo lo stesso: l'autore era dove doveva essere,
in un angolo buio, a osservare»
– C. Bukowski –*

Introduzione

La citazione d'apertura di quest'ultimo capitolo è presa da *Hollywood, Hollywood!*, in cui Charles Bukowski racconta la storia di *Barfly*, un film del 1987 di cui firmò la sceneggiatura²⁷⁵. Nel romanzo lo scrittore racconta i problemi legati alla realizzazione di quella pellicola, dai repentini cambi di produzione alle discussioni con gli attori che si rifiutavano di recitare certe scene. Come a dire che, dietro la storia vista dallo spettatore c'è un'altra storia che questi non conosce: fatta di mediazioni e bracci di ferro, di lunghi stand-by, del lavoro di molti per la realizzazione di un progetto comune. Bukowski rimane però uno "scrittore-autore": scrive nello studio di casa sua, in solitaria, bevendo (molto) vino rosso, seguendo l'impeto della sua ispirazione, consegnando, almeno stando al suo racconto, la sceneggiatura solo nella sua ultima versione, senza collaborare con altri o subire revisioni *in fieri*. Diciamo che è un artista "ribelle", solo temporaneamente prestato al gioco dello *show business*.

Consideriamo ora un altro esempio che ci viene dall'esperienza di Dumas (padre), letteralmente una "macchina" della narrativa popolare a puntate. Egli aveva diversi collaboratori, di cui non nascondeva l'esistenza, che lo aiutavano a reggere i ritmi seriali con cui i suoi romanzi venivano pubblicati nelle riviste: i suoi aiutanti facevano per lui le ricerche storiche, stendevano il piano dell'opera secondo le sue istruzioni e buttavano giù le prime stesure, che lui poi rivedeva e riscriveva; Dumas era di fatto il "padrone della storia" ma seguiva un metodo di lavoro che ricorda molto da vicino quello del "nostro" sceneggiatore televisivo. Se dunque il primo esempio mette a fuoco gli aspetti problematici che caratterizzano il campo produttivo cinematografico e la sua "eteronomia", il secondo episodio

²⁷⁵ La regia è di Barbet Schroeder; Mickey Rourke interpreta Henry Chinaski, il nome che Bukowski usa per se stesso in tutti i suoi libri.

rimanda alla collegialità che caratterizza l'opera fin dal momento della scrittura, fatta di un lavoro di squadra; una squadra in cui i ruoli, lo si è visto bene nel terzo capitolo, sono gerarchicamente stabiliti (c'è sempre cioè un "titolare" della storia che ha un peso maggiore rispetto agli altri co-protagonisti scriventi).

Considero queste due suggestioni come l'ideale punto di avvio per l'analisi di queste pagine in cui intendo, a partire da una pratica produttiva, quella della scrittura di un testo di fiction per la televisione, far emergere tutta la complessità di un processo tutt'altro che solitario, pacifico e puramente creativo. Certo, ogni forma letteraria vive di momenti di costruzione e riscrittura in cui editor, colleghi, amici, lettori anonimi, commentano e muovono critiche al lavoro scritto, sia esso allo stadio di idea, "*draft*", stesura finale, ecc., ma rispetto alla sceneggiatura è sempre chiaro, lungo tutto il processo produttivo, che quella è "l'opera dell'ingegno", per usare la dicitura S.I.A.E, di un determinato individuo. Con questo non voglio lanciarmi nell'ardita ipotesi che il testo televisivo sia un testo senza autore, ma che la sceneggiatura di una fiction televisiva, oggetto tangibile del lavoro dello sceneggiatore, è il prodotto di dinamiche di mediazione che si sostanziano, generalizzando, nei rapporti tra creatività e potere (lo sceneggiatore e/o il regista con l'emittente e/o la casa di produzione), tra potere e potere (il network con la casa di produzione, ma anche con gli organi di governo e la Chiesa), e tra creatività e creatività (lo sceneggiatore con il regista e gli sceneggiatori tra loro). E che il film esiste, nella sua forma finale, come «opera di collaborazione» e «*continuum* audiovisivo» in cui in qualche modo «coesistono più autori: del copione, della fotografia, della scenografia, della musica» e così via [Verdone, 1993: 31].

Sarà proprio il testo, in quanto "non-ancora" del film [Buccheri, 2003: 33], il protagonista di quest'ultimo capitolo, considerato al tempo stesso come campo di battaglia e motivo della contesa: è su di esso che nascono le frizioni, si cercano mediazioni e si trovano nuove soluzioni. Seguirne l'evoluzione, dall'idea alla realizzazione, equivale a mettere a fuoco il complesso sistema di relazioni che caratterizza il campo produttivo in esame. Porsi il problema del testo non significa, semioticamente, leggerlo come un involucro di sistemi di significazione, supporto di molteplici linee di senso, ma, sociologicamente, ragionare sulla base delle forme che assume, delle sue funzioni, degli usi che ne fa chi contribuisce a produrlo. Per questo è necessario rispondere innanzitutto a due questioni: «che cos'è un autore» [Foucault, 1969]? E di che testo ci occupiamo? Le riflessioni sul ruolo dell'autore e sulle caratteristiche dell'artefatto che produce saranno oggetto dei primi due paragrafi.

Solo a questo punto si potrà seguire la storia di una storia. In un lavoro archeologico da cui emergono le stratificazioni successive del testo, documento amministrativo e al tempo promemoria artistico, attraverso un'accumulazione di materiale documentario e testimonianze di chi partecipa alla sua creazione, ho individuato cinque principali momenti creativi che saranno sviluppati a partire dal terzo paragrafo. Le categorie individuate sono una mia invenzione, e a ciascuna corrisponde un tipo di testo (o più d'uno) prodotto dallo sceneggiatore. Ho fatto ricorso a queste nuove etichette nel tentativo di dare maggiore omogeneità ad un processo di per sé non standard. La storia scritta è così scandita da diverse fasi, che sono: l'idea, la Grande storia, la storia in pillole, la piccola storia, e la storia in fuga.

In sintesi, seguendo il lavoro di scrittura e ri-scrittura che permea la “*storia di una storia*”, in questo capitolo mi propongo di far emergere i momenti di libertà autoriale, le negoziazioni, le (auto)censure, i conflitti, sulla base anche dei più recenti studi che si occupano di collaborazione creativa, in particolare nell’ambito dei *film studies*. In definitiva, il nostro faro d’indagine rimarrà puntato sulla figura dello sceneggiatore; dal momento però che viene considerato nello specifico il lavoro che questi produce, lungo il capitolo saranno inglobate le altre figure cruciali del processo produttivo e sarà evidenziata la natura (autoriale e/o manageriale-esecutiva) dei loro interventi.

5.1. Chi l’ha scritto (o Dell’autore come concetto “diffuso”)

Esiste l’Autore di una fiction televisiva? A chi attribuire la “paternità” dell’opera: allo sceneggiatore, al regista, all’attore, al produttore o piuttosto al network? O a tutti con pari dignità, peso e diritti? E poi: ha davvero senso chiederselo trattandosi di un’opera che fin dalle prime pagine di questo lavoro abbiamo riconosciuto come squisitamente “collettiva”?

Il presente paragrafo vuole essere un’introduzione al concetto (spinoso) di “autorialità” così come si è evoluto a partire dalla metà del secolo scorso; un’introduzione con un triplice obiettivo: primo, mostrare come non ci sia mai stata un’unica e definitiva visione sull’*autore* ma che essa risulta piuttosto sospesa tra il «principio di unità» [Dobranski, 1999] ed il «processo di scambio» sociale [Masten, 1997] che l’opera prodotta contiene in sé; secondo, ripercorrere la marginalità che la funzione dello sceneggiatore (e della sua scrittura) hanno spesso avuto in questo dibattito [Stempel, 1988]; e da ultimo, avanzare l’ipotesi di un’autorialità *diffusa* e *incerta* per il caso in esame che sarà vagliata ed approfondita sulla base dei testi “sporchi” che produce lo sceneggiatore e delle numerose mediazioni di cui sono la risultante.

La nozione di “Autore” affonda le sue radici nella notte dei tempi, con notevoli modifiche nel corso dei secoli, insieme del resto alla nozione stessa di produzione artistica: se ad esempio gli aedi della Grecia antica (ma anche in seguito trovatori, giullari, cantastorie) recitando oralmente il testo non ne nominavano quasi mai la fonte, a testimonianza della non-proprietà dell’opera, e similmente nella cultura del manoscritto il nome dello scriba appariva nel testo come autore, mentre quello dello scrittore si disperdeva nell’anonimato [Saunders, 1964], nel Rinascimento e poi con il Romanticismo si ricercava invece l’originalità creativa del prodotto e si attribuiva un senso all’opera (originale appunto) del singolo artista [Pagliano, 1993: 31]. Foucault riconosce giustamente che il termine autore indica «una funzione o ruolo che i circuiti socioculturali aggiungono ad alcuni tipi di testo in ordine alla loro circolazione» [*ibidem*: 32]: il nome di Autore quindi «non è semplicemente un elemento in un discorso», ma «stabilisce una funzione classificatoria», di riconoscimento e delimitazione di un gruppo di testi che possono essere opposti ad altri (di autori diversi) [Foucault, 1969: 8]. E a testimonianza del fatto che l’attributo “autoriale” è contestuale, gli stessi storici letterari concordano sul fatto che l’autorialità in senso moderno si impose tra il XVII e il XVIII secolo quando l’invenzione della stampa fu del tutto

incorporata dalla cultura occidentale (*print culture*) e generò il bisogno di nuove modalità di tutela e di diritti sull'opera [Eisenstein, 1979]. La nascita dell'autore come entità legale [Rose, 1993], che dipendeva dalla scrittura sia per vivere sia per definire la propria identità sociale [Bennett, 2005: 50], si inserisce in quel lungo processo di «ri-concettualizzazione del processo creativo» [Woodmansee, 1994] che culminò nell'ideologia Romantica dell'autore come individuo originale ed autonomo ed espressione di un'individualità unica²⁷⁶.

Questo Autore come «fondatore di discorsività» [Foucault, 1969] o «fondatore di linguaggi» [Barthes, 1981], che crea le regole per testi successivi, questo soggetto il cui mito (di autorialità e autenticità) i post-strutturalisti, come pure alcuni antropologi critici [Geertz, 1988; Bruner, 1989], hanno decostruito fino a decretarne la morte [Burke, 1992], non è forse mai esistito tra gli sceneggiatori (televisivi) [Kohn, 2000: 494]. Eppure, il concetto di autorialità giocato tra figure che la rivendicano (prevalentemente) per sé, insieme alla discussione circa l'utilità della sceneggiatura (e di conseguenza del ruolo dello sceneggiatore) corrono lungo la storia del cinema e si sono poi, anche se con minor enfasi, trasferite nei discorsi sulla televisione. La minor enfasi è in parte attribuibile alla natura stessa del mezzo, alla sua anima votata al commercio più che all'arte; e in parte al fatto di essere stata una tematica di discussione portata avanti in modo silenzioso, internamente al campo, senza essere sostenuta da una *politique* ideologicamente forte ma agganciata piuttosto all'esperienza quotidiana di *routines* produttive e meccanismi di collaborazione non sempre virtuosi e limpidi (quanto a "titolarità" dell'opera). Ho deciso quindi di procedere per accostamenti frammentati di autorialità, spaziando tra l'Italia, l'America e la Francia, tra il cinema e la tivù, tra il regista, l'attore, lo sceneggiatore e il produttore, perché desidero innanzitutto mostrare la contestualità del discorso autoriale anche relativamente all'opera audiovisiva, l'importanza altalenante del testo scritto rispetto al testo girato e la centralità che la questione sull'autore viene ad assumere presso i *film studies*; così sarà poi possibile introdurre la concezione di un'autorialità più ampia, senza un "padrone" unico ma con molti creatori.

Alle origini del cinema ad esempio, quando non esistevano i *credits* né il diritto d'autore, i film erano "firmati" dai vari Lumière ed Edison, ovvero dai proprietari dei brevetti degli apparecchi da ripresa, fabbricanti anche dei proiettori e della pellicola. Era il cosiddetto "cinema attrazione" [Gaudreault, 2004; Cfr. Manovich, 2001] perché sullo schermo non venivano proiettate storie ma immagini in movimento ("*moving pictures*", appunto): era questa la loro funzione, il modo in cui erano percepite, e prima ancora concepite (con una lista di scene annotate in modo che il cameraman si ricordasse di girarle). Solo più tardi, intorno agli anni '10 del secolo scorso, quando negli Stati Uniti furono istituiti gli Scenario Departments e in Italia i primi Uffici Soggetti, la sceneggiatura diventa uno strumento di importanza strategica nella produzione cinematografica internazionale – anche se il destinatario finale rimane quasi esclusivamente il

²⁷⁶ Per un approfondimento sull'idea di autore Romantico rimando a: M. H. Abrams, *The mirror and the Lamp: Romantic Theory and the Critical Tradition*, New York, Oxford University Press, 1953; D. Quint, *Origin and Originality in Renaissance Literature*, New Haven, Yale University Press, 1983; P. Murray, "Poetic Genius and its Classical Origins", in *Genius: The History of an Idea*, Oxford, Basil Blackwell, 1989.

metteur en scène e non, ad esempio, l'attore²⁷⁷ – ed inizia così la *querelle* tra coloro che difendono la centralità del soggettista e coloro che supportano la nascente figura del regista²⁷⁸. A complicare le cose subentra anche l'uso di scrittori noti come firme di richiamo per il successo del prodotto: così tra gli autori delle realizzazioni poteva capitare di trovare uno come Gabriele D'Annunzio (che di *'Cabiria'*, del 1915, aveva scritto soltanto i cartelli). Similmente negli States veniva considerato autore l'attore, con la sua preponderante presenza nella collaborazione creativa al film (si pensi a Buster Keaton); e ancor più, con l'avvento del sonoro, fu indiscutibilmente un autore il produttore che «assumeva, licenziava, aveva la parola finale in tutte le decisioni, comprese quelle creative» [Jarvie, 1970: 82], al punto che registi come Orson Welles arrivarono a sconfessare alcuni film da loro girati, proprio per i pesanti tagli operati in fase di montaggio dal produttore²⁷⁹. Nell'era dello *studio system* hollywoodiano infatti lo status di registi e sceneggiatori era quello di semplici tecnici, prestatori d'opera al servizio di una delle (poche) *major*, al pari del resto del personale impiegato nella realizzazione del film: «se dal punto di vista economico-produttivo l'elaborazione di nuove pratiche produttive aveva in qualche modo raggiunto uno status normativo ufficialmente [in America], o almeno ufficiosamente [in Italia], riconosciuto, dal punto di vista estetico la destabilizzazione dei canoni della paternità artistica dell'oggetto prodotto era allora tutt'altro che giunta ad uno stadio di rielaborazione formale universalmente o anche solo parzialmente riconosciuto» [Mazzei, 2006: 94].

La questione dell'autorialità si acuisce infatti con la nascita del cinema moderno, in particolare con il neorealismo italiano a partire dalla fine degli anni '40, con i vari Rossellini e De Sica, e poi con la Nouvelle Vague francese nel decennio successivo. È proprio nel tentativo di valorizzare alcuni registi americani, normalmente definiti come dei *«marchands de soupe»* [Daney, 2002: 10], in particolare uno di loro, Alfred Hitchcock, considerato portatore di una poetica personale, di un segno distintivo che emergeva nonostante le “costrizioni” della macchina industriale dello *studio*, che un gruppo di giovani critici lanciò, dall'altra sponda dell'oceano e dalle pagine di una rivista dal titolo *«Cahiers du cinéma»*²⁸⁰, l'istanza di una “politica degli autori” (*politique des auteurs*) che poneva al centro del processo creativo il regista, conferendogli così la palma di

²⁷⁷ «La struttura prevalente delle sceneggiature del cinema muto italiano (almeno quelle scritte fino ai primi anni '20) è quella dello shooting script, ovvero della sceneggiatura divisa in quadri redatta prima delle riprese e in funzione di esse. [...] il lavoro di sceneggiatura non è ancora il risultato di tecniche professionali codificate: è piuttosto una sorta di sintesi denotativa, scandita da un *découpage* che seziona l'intreccio per nuclei chiusi di racconto, i cui confini coincidono con i cambi di scena» [Alovisio, 2006: 55].

²⁷⁸ «Si profila l'immagine di un set in cui il regista inventa il film a partire da una sceneggiatura quasi irrilevante. [...] L'accusa sopravvive fino ai primi anni '10 per poi decadere quando si perfezionano, intorno al 1915, i codici di scrittura per il cinema» [*ibidem*: 53-54].

²⁷⁹ Cfr. O. Welles e P. Bogdanovich (1993), *Io Orson Welles*, Milano, Baldini Castoldi Dalai, 1996; O. Welles, *It's all true. Interviste sull'arte del cinema*, Roma, Minimum fax, 2005; G. Placereani e L. Giuliani (a cura di), *My name is Orson Welles. Media, forme, linguaggi*, Milano, Il Castoro, 2007.

²⁸⁰ Per un'analisi storica della rivista rimando a Wilson [2000] e per un approfondimento sulla Nouvelle Vague a Marie [1997].

vero autore dell'opera cinematografica [Truffaut, 1954]. Erano questi i futuri cineasti della Nouvelle Vague, François Truffaut, Jean-Luc Godard, Jacques Rivette, Claude Chabrol, per citare i più noti, che portarono la macchina da presa fuori dai teatri di posa, liberarono lo script delle rigide divisioni in scene e si affidarono a canovacci appena abbozzati e ad improvvisazioni sul set²⁸¹ – si dice che Godard portasse ai produttori delle sceneggiature finte tanto per ottenere i soldi, e poi riscrisse di testa sua – e rivendicarono la paternità dell'opera e la responsabilità del relativo messaggio²⁸².

La scrittura audiovisiva (*screenwriting*) come professione indipendente finì in qualche modo marginalizzata in favore appunto di una visione personale del regista-autore che scriveva con la camera da presa (la “*caméra-stilo*”²⁸³). E la “lezione” dei francesi venne in breve recepita da tutto il cinema europeo come pure da quello americano dove la teoria dell'autore sbarcò tradotta dallo scrittore e critico Andrew Sarris [1962], e problematizzata e criticata tra gli altri da Pauline Kael [1963] che sottolineava come ad Hollywood i ruoli fossero confusi e inestricabilmente legati mentre la prospettiva dell’ “*auteurism*” dimenticava, o comunque sottostimava, la natura collaborativa dell'opera filmica²⁸⁴.

È indubbio comunque che la “politica” francese diede legittimità al cinema come discorso intellettuale, portandolo prima sulle riviste specializzate e poi nelle aule universitarie [Cahir, 2006]. La scuola semiotica in particolare [Cfr. Stam, Burgoyne e Flitterman-Lewis, 1992] applicò l'analisi di decodifica dei segni, del significato (il concetto rappresentato) e del significante (il modo di rappresentazione), al film così com'era proiettato nelle sale, demistificando prima il ruolo della sceneggiatura – «la messa in scena era il linguaggio del cinema, e l'analisi della messa in scena era il metodo di investigazione» [Caughie, 2007: 15] – e sostenendo poi la teoria di un soggetto autoriale collettivo entro il quale il cosiddetto “artista” svolgeva un ruolo più secondario di quello che l'idea comune del genio creatore ci lascerebbe immaginare, mentre lo spettatore era considerato un soggetto direttamente coinvolto nella produzione dell'opera [Wolff, 1977: 39].

²⁸¹ «Sin dal mio primo film – spiega Godard [1965: 264] mi sono sempre detto: devo andare oltre la sceneggiatura e, ogni volta, mi rendo conto di avere ancora una possibilità in più di improvvisare, di creare tutto in fase di ripresa, il che vuol dire senza *applicare* il cinema a qualcosa». Questo “movimento” si pose in forte contrasto con le produzioni francesi degli anni '30 e '40 (quelle degli sceneggiatori-dialoghisti Charles Spaak, Jacques Prévert, e la coppia formata da Jean Aurenche e Pierre Bost) accusate proprio di dare «eccessivo spazio ai dialoghi artificiali e alle opprimenti parole d'autore» [Huet, 2005: 6], di essere ingessate e scollate dalla realtà.

²⁸² Si badi bene questi autori non rinnegavano l'importanza dello script ma rivendicandone la paternità ne facevano quasi un tutt'uno con il momento della messa in scena. «Gli esponenti della Nouvelle Vague, una volta passati dietro la macchina da presa e necessariamente distanziatisi gli uni dagli altri, hanno fatto e fanno tutt'oggi un tipo di cinema in cui lo scritto, la parola, il testo [...] sono essenziali. Rohmer, Rivette, Eustache, Godard sono, anche in potenza, dei grandi scrittori. Demy è un paroliere geniale. Pensavano che fosse aberrante separare la sceneggiatura, l'adattamento, i dialoghi e la messa in scena. Tutto ciò doveva derivare da un movimento unico e legarsi in modo organico. In questo senso, sono dei veri “autori”» [Daney, 2002: 9].

²⁸³ Fu Alexandre Astruc a salutare la “nuova era del cinema” come “l'età della *caméra-stylo*” in cui usando la macchina da presa come se fosse la sua penna «un artista può esprimere i suoi pensieri, per quanto astratti possano essere, o tradurre le sue ossessioni esattamente come fa nella letteratura contemporanea» [1948: 9].

²⁸⁴ Dello stesso avviso è anche Stempel [2000: 192] convinto che l'applicazione della teoria dell'autore al cinema americano creò una visione inaccurata della sua storia e del ruolo degli sceneggiatori in esso.

Le traiettorie di ricerca che furono percorse a partire dalla “*politique des auteurs*” e che determinarono la spirale teorica in cui finì triturato a partire dagli anni Sessanta il concetto stesso di autore sono ben delineate da Caughie, il quale sottolinea come il «metodo ereditato dall’*auteurism* rimase lo stesso, una lettura dettagliata per scoprire i luoghi nascosti del testo, ma non era più la personalità dell’autore ad essere nascosta, bensì l’ideologia, di cui l’autore era il portatore piuttosto che il creatore» [2007: 17]. Dal soggetto creatore all’autorialità come effetto “inconscio” del testo fino alla necessità di «superare il mito [dell’autore]», perché la nascita del lettore/spettatore poteva avvenire solo «al prezzo della morte dell’autore» [Barthes, 1968: 148], il passo è stato breve²⁸⁵.

La visione post-strutturalista di Barthes e colleghi che si pone contro un qualsivoglia approccio autoriale al testo²⁸⁶ in favore di una visione di decodifica entro lo “spazio multidimensionale” dello stesso [Barthes, 1968: 211], non fu comunque l’unica a dare seguito alla teoria dell’Autore. Mentre Gore Vidal lanciava ad esempio il suo attacco mettendo in discussione la centralità del ruolo del regista all’interno del processo di produzione del film e rilanciando il primato dello sceneggiatore («*there is no film without a written script*» scrive infatti) [1976: 148], sulle orme di quella *Screenwriter’s Theory* inaugurata qualche anno prima da Richard Corliss²⁸⁷, un impatto «indiretto, ma forse più pervasivo», e in linea con la presente analisi, si può attribuire ad un corpo di studi (americani) basato su «evidenze empiriche e inchiesta storica» [Caughie, 2007: 22]. Non fu mai abbandonato negli *States* infatti il principio dell’opera come *ars combinatoria*, paragonabile – seguendo Stanley Shofield [cit. in Stam, 2000: 85] – alla costruzione di una cattedrale: Bordwell, Staiger e Thompson nel loro lavoro sul cinema hollywoodiano cosiddetto “classico” [1985] continuano a considerarlo nell’ottica di uno stile di gruppo (*group style*), impersonale e standardizzato, quello che definiscono, mutuandolo da Bazin, il “genio del sistema”. La “religione secolare” del regista-dio fu criticata proprio perché sottostimava l’impatto delle condizioni produttive²⁸⁸: anche Ellis [1975] che si occupa dei film prodotti presso gli Ealing Studios, mostra come essi fossero realizzati da un’élite creativa di registi, produttori, scrittori, ecc. con una considerevole libertà e autonomia decisionale, ma sottolinea che la nozione convenzionale di autore risultasse inadeguata per spiegare la relazione di questi individui con i loro film che andavano calati nel loro *framework* istituzionale scandito da ritmi e modalità di lavoro precisi.

Gli spunti fin qui presentati vanno colti per quel che sono: degli spunti. Quel che trovo davvero interessante è il fatto che inizi a diffondersi tra gli studiosi la

²⁸⁵ Un testo di «transizione tra il concetto pre-strutturalista di autore come creatore di significato e il concetto post-strutturalista di autore c

ome costruito del lettore» [Lapsley e Westlake, 1988: 111] è considerato quello di P. Wollen [1969], *Signs and Meaning in the Cinema*, Indiana University Press, 1972.

²⁸⁶ «“Scrivere” – sostiene Barthes [1968: 142] – è la distruzione di ogni scelta, di ogni punto d’origine. La scrittura è uno spazio neutrale, composito, obliquo, dove il nostro soggetto scivola via, il negativo dove ogni identità si perde».

²⁸⁷ Cfr. R. Corliss, *The Hollywood Screenwriters*, New York, Discus/Avon, 1972; *Talking Pictures: Screenwriters in the American Cinema 1927–1973*, New York, Penguin Books, 1994.

²⁸⁸ «Il regista non è un artista incondizionato, è immerso in contingenze materiali, circondato da una babele di tecnici, camere, luci, ecc. mentre il poeta può scrivere un poema su un fazzoletto in prigione, il regista ha bisogno di soldi, camera e pellicola» [Stam, 2000: 90].

necessità di elaborare una visione autoriale più ampia, che non sia più semplicemente legata a questo o a quel ruolo d'autore (principale) ma che analiticamente rifletta sui diversi contributi all'opera. In questo modo, da un lato, l'autore viene concepito come il possessore di abilità artistiche insite nel mestiere, ovvero un agente razionale [Bordwell, 1989], dall'altro, del processo di cui è partecipe viene analizzata l'incidenza della divisione del lavoro produttivo sulla creatività e gli spazi entro cui matura l'innovazione [Grodal e Laursen, 2004: 8]. Per questo, c'è chi, come il commediografo francese Jean Giraudoux, riconosce in ogni film un autore "temporale" (lo sceneggiatore) ed uno "spaziale" (il regista); chi indaga sulla natura collaborativa del loro rapporto [Gourdin-Sangoudard, 2010]; chi si fa portavoce di una "*collaboration analysis*" in due fasi, in cui nella prima si riconosce il primato autoriale del singolo mentre nella seconda «l'autorialità primaria è re-inscritta all'interno dell'odierno contesto istituzionale di autorialità» [Carringer, 2001]; chi considera il film come il «prodotto di diverse agenzie, che a volte lavorano intorno ad un piano centralmente concepito e negoziato, ma a volte improvvisano, di concerto, di modo che la creatività del singolo contribuisca al work in progress» [Grodal e Laursen, 2004: 7]; fino a chi sostiene le tesi di un'autorialità «collettiva» [Sellors, 2007] o «multipla» in cui l'intero gruppo responsabile del film può essere visto come un'unica personalità e un autore significativo [Gaut, 2001].

Da parte mia ritengo che se il concetto di Autore così com'è stato elaborato dalla scuola francese non sia da considerarsi applicabile al caso della fiction televisiva, nel senso che raramente è riconoscibile una cifra stilistica forte sia del *metteur en scene* che dell'*ecrivain* – mentre il cinema può ancora per certi versi dirsi un mezzo regista-centrico – è parimenti fuorviante sia estendere a dismisura la portata semantica del concetto di autorialità, perché si rischia di produrre una sterile complessificazione con la proliferazione di piccole personalità autoriali, sia affermare la non-assegnabilità della palma autoriale [Stillinger, 1991] che ugualmente non aiuta a cogliere il funzionamento del sistema.

Il punto è: lo sceneggiatore è *per legge* un autore; in che modo e fino a che punto esercita questo diritto/dovere sul *suo* prodotto? L'autorialità che sopravvive all'interno dei meccanismi industriali o semi-industriali del nostro campo è altamente *diffusa* ed *incerta*. La "diffusione" è data dal fatto che se la spartiscono professionisti diversi, a volte condividendola, a volte "rubandosela", a volte negoziandola; e quindi che se non c'è l'Autore ci sono gli autori, più "padroni" per una sola storia. E l'incertezza è legata all'interpretazione del lettore, aspetto che prendiamo a prestito dalla posizione semiotica: solo che il lettore nel nostro caso è un collega in senso ampio (partecipante al medesimo progetto) che si trova a decostruire il testo per portare a compimento la propria mansione e finisce per dare interpretazioni spesso inattese e diverse rispetto a quelle dello scrivente.

Quello che mi interessa sono proprio le forme che assume questa autorialità e il grado in cui lo sceneggiatore la sperimenta, la condivide, la perde, la cede, ecc. Quindi stabilito che se di autorialità possiamo parlare è in termini «collaborativi» [Love, 2002]²⁸⁹ o «corporativi» [DiMaggio e Hirsch, 1976], la *storia di una storia*

²⁸⁹ Harold Love [2002: 39-50] ad esempio individua quattro tipi di autorialità relativi al mondo letterario: (1) autorialità precursora (*precursory authorship*), quando un testo preesistente è

ci sarà utile proprio per cogliere i diversi e mutevoli tipi di autorialità che lo sceneggiatore sperimenta nel suo fare creativo. Le fila di questa introduzione alla questione autoriale saranno perciò riprese a conclusione del capitolo, dopo esserci immersi nel lavoro dello sceneggiatore sulla storia, analizzandone l'apporto creativo, le costrizioni e le collaborazioni a cui fa fronte.

5.2. Cosa è scritto... (o Del testo come “edificio”)

Era Chabrol a parlare della sceneggiatura come di un “edificio” «la cui costruzione procede sequenza per sequenza» [2003: 18], e fino a che le sequenze, quando vengono collegate e montate in successione, non funzionano bene insieme, l'edificio sarà un'opera incompiuta, in qualche modo imperfetta. Non so a che edifici pensasse il cineasta parigino, ma leggendo i testi prodotti per arrivare ad una fiction televisiva ho pensato immediatamente ad una costruzione fatta con i Lego: i mattoncini (scene) si incastrano tra loro e poggiano su una base unica/comune (il *concept*), ma possono essere spostati, tolti, sostituiti (dalle mani dello sceneggiatore ma non solo) fino a che l'edificio (la sceneggiatura, appunto) non sta in piedi in modo armonico; anche a quel punto la costruzione potrà nuovamente cambiare forma estetica, con l'aggiunta di nuovi dettagli o l'eliminazione di vecchi, superflui o stonati per il nuovo edificio (quello del regista, e poi del montatore)²⁹⁰. Come suggerisce anche Corner [2008: 125] lo sviluppo di una storia dall'idea al film finito può essere vista infatti come una serie di trasformazioni il cui corso è influenzato (o determinato) da decisioni prese in risposta a specifici elementi contingenti, dalla politica del network alla linea editoriale di una casa di produzione, dalle esigenze produttive dell'ultimo minuto (cambi di location, nel piano di lavorazione, problemi di tempo o di budget) alla censura dovuta ad esempio ai limiti imposti dalla “fascia protetta” (che in Italia si estende fino alle 22.30).

Il punto di partenza è che la sceneggiatura, per definizione (quasi) unanime [Cfr. Boon, 2008], non ha valore letterario, non è in sé un oggetto artistico. Certo la sceneggiatura di un film può esser resa pubblica attraverso un libro, un libro che non racconti la storia in forma letteraria del film ma che sia il film stesso, con

la fonte d'ispirazione per uno successivo; (2) autorialità esecutiva (*executive authorship*), quando due o più individui collaborano per dare ordine e coerenza ad una serie di testi (i libri di saggistica “a cura di” ne sono un esempio); (3) autorialità dichiarata (*declarative authorship*) coinvolge un individuo che firma un lavoro per il quale il suo contributo è stato minimo o inesistente (i libri “scritti” dai calciatori); (4) autorialità di revisione (*revisionary authorship*) che include il lavoro di chi fa le revisioni e il polish. Questi tipi di autorialità, come vedremo, ritornano anche nel caso della fiction televisiva e saranno mano a mano introdotti nei rispettivi paragrafi.

²⁹⁰ Oltre alla sceneggiatura scritta dallo sceneggiatore (anche detta “sceneggiatura letteraria” o “*spec script*”, dove “*spec*” sta per “*speculation*”), esiste infatti anche una “sceneggiatura tecnica” intesa come «la trasformazione dello “scenario” in testo filmico, cioè l'elenco dettagliato di ciò che dovrà essere girato», e una “sceneggiatura desunta dal montaggio” (“*découpage après montage définitif*”) ovvero la «descrizione del film così come viene proiettato in sala»: così, «le scene previste nella sceneggiatura tecnica non saranno filmate tutte, o saranno filmate in maniera diversa. Il montaggio elimina la maggior parte di quello che è stato girato» [Sorlin, 1977: 156]. Nel presente capitolo mi occupo soprattutto della prima, quella necessariamente legata al lavoro dello sceneggiatore.

la divisione in scene e i dialoghi. Ma nel momento in cui la sceneggiatura da oggetto strumentale alla realizzazione di un prodotto culturale (il film, la fiction, il documentario, ecc.) diventa essa stessa un prodotto culturale (il libro) cambia veste: si trasforma in un prodotto finito in se stesso e perde la sua funzione primaria, quella di essere un mezzo atto alla realizzazione di uno scopo. Ho usato l'esempio della sceneggiatura pubblicata da una casa editrice ed entrata nel mercato come "bene di consumo" a sé stante, per evidenziare che l'oggetto che si considera in queste pagine non è quello che può trovarsi tra le mani l'avventore di una libreria. In questo paragrafo mi propongo dunque di sondare quali siano le caratteristiche di quel testo che genericamente identifichiamo come sceneggiatura di un'opera audiovisiva, che sarà diversa da una novella, da un testo teatrale o radiofonico, e così via. Oltre ad essere infatti una pratica testuale "polifonica" [Wolff, 1981: 180], nei termini già analizzati, si tratta di un testo:

- multiplo;
- aperto o *in progress*;
- tecnico;
- ad alto tasso di imprevisto;
- volatile;
- "ereditario" o "trasmissibile".

Andiamo con ordine, considerando ad una ad una le sei caratteristiche che ho individuato come fondanti l'opera scritta per la televisione.

Non si tratta innanzitutto di un testo unico. Lo sceneggiatore non produce infatti un solo scritto, ma quando parliamo di sceneggiatura in generale sottintendiamo piuttosto un *percorso* fatto di "oggetti" diversi che rappresentano altrettanti *step*, più o meno standard, del processo di scrittura: il soggetto (o *concept*), la bibbia e il trattamento, i soggetti di puntata, la scaletta di un episodio, la relativa sceneggiatura, le successive revisioni. Ciascuna di queste forme testuali sarà analizzata separatamente nel corso del capitolo, quel che qui mi interessa sottolineare è proprio la natura cumulativa del testo in esame, il suo essere multiplo, cioè la somma di più testi diversi.

In secondo luogo quello che abbiamo di fronte non è, nemmeno nella sua ultima versione, un testo finito bensì un progetto in continuo divenire, che si fa e si disfa lungo tutto il processo di lavorazione, dalla fase pre-produttiva (in cui la storia viene materialmente scritta) a quella post-produttiva (in cui viene montata per la fruizione), tanto che, come sostiene Pietro, "*tu scrivi la sceneggiatura, e poi in montaggio è come se la riscrivessi un'altra volta... perché il montaggio fa veramente la metà della partita*". Questo significa che la sceneggiatura è per statuto *aperta*²⁹¹, come evidenzia anche Ernesto nell'affermazione che segue:

"la sceneggiatura è una parte molto importante del film, perché è l'idea, è l'anima del film, però il film dev'essere di più della sceneggiatura, [...] una sceneggiatura è più un canovaccio del film" (Ernesto).

²⁹¹ Non è, si badi bene, l'opera aperta di cui parla Eco [1962] come polisemia dell'opera e continuità interattiva tra gli stadi di formazione, rappresentazione, comunicazione e fruizione artistica, in un moltiplicarsi di significati.

È chiaro quindi che l'opera di cui lo sceneggiatore detiene la paternità, ovvero la sceneggiatura, acquista una ragion d'essere nel momento in cui viene trasformata in un film di cui è il “*canovaccio*”: in altri termini, si può affermare che il testo è “completo” solo con le immagini, ovvero che la parola scritta è al servizio della sua visualizzazione animata. Per questo abbiamo a che fare con un prodotto dai confini mobili, inevitabilmente flessibile [Millard, 2010], dove in ogni momento (fino al “taglio finale”) si può aggiungere, togliere, cambiare, sistemare. Prova tangibile questa, di un'autorialità quanto mai frammentata e provvisoria: come osserva Kohn [2000: 492] il fatto che «gli sceneggiatori scrivano per essere riscritti», e solo nel migliore dei casi da se stessi, fa della sceneggiatura un'arena ludica e un «luogo di contestazione carnevalesca» [ibidem: 496].

In terzo luogo, ci troviamo a maneggiare un testo tecnico scritto per essere uno strumento di lavoro. Si veda al riguardo il seguente estratto dove questa caratteristica è ben sintetizzata, a partire dalla diversità esistente tra il mestiere dello scrittore e quello dello sceneggiatore:

“penso siano due mestieri diversi il mio e il loro [degli scrittori]; usiamo la penna e scriviamo, raccontiamo delle storie però io le racconto con una pagina tecnica che deve essere trasformata e loro invece raccontano delle storie con una pagina finita, che sono due cose radicalmente diverse! Perché tu su una sceneggiatura puoi anche metterci un errore ortografico, sarebbe meglio di no però non cambia la bellezza della sceneggiatura, non la cambia, non te la sposta di una virgola perché non è una cosa da leggere è una cosa da girare! In un libro probabilmente una frase scritta male di descrittivo fa il libro meno bello! Ma non è solo questo: è proprio che è un altro linguaggio, c'è un rapporto diverso con il tuo utente finale. Quando tu pensi di scrivere una sceneggiatura la pensi in relazione ad una trasformazione per cui è anche un rapporto di visione” (Riccardo).

Il tecnicismo proprio della sceneggiatura, direttamente collegato alla non-finitezza del testo (l'intervistato contrappone infatti la “*pagina tecnica*” alla “*pagina finita*”), è qui collegato a due elementi importanti: uno riguarda il linguaggio, l'altro l'utenza.

Iniziamo dalla seconda. Un libro è scritto per essere letto, e quindi consumato da un pubblico di fruitori ignoti, che lo scrittore si augura più vasto possibile; una sceneggiatura è scritta invece per un pubblico ristretto e noto, fatto di quei professionisti con cui si ha un rapporto di scambio sul prodotto, più o meno continuo e collaborativo. Questo documento tecnico è cioè *ad uso interno*, prodotto dallo sceneggiatore: per altri sceneggiatori (che a vario titolo, cioè con diverse mansioni, lavorano con lui); per il network (che deve avvallare il progetto, finanziarlo e collocarlo all'interno di una precisa linea editoriale e politica aziendale); per la casa di produzione (che deve valutarne i costi, scritturare il cast, contrattualizzare le maestranze, trovare le location, ecc.); per il regista (che deve metterla in scena, tanto che Riccardo sottolinea: “*non è una cosa da leggere ma [...] da girare*”); per l'attore (che dà voce ai dialoghi scritti); e per tutti i tecnici (direttore della fotografia, tecnico del suono, costumista, truccatore/trice, segretario/a di edizione, ecc.) che sul set lo useranno per organizzare il proprio

lavoro. È chiaro che ciascuno utilizzerà quel testo per adempiere alla propria mansione (l'attore per "calarsi" nella parte, lo scenografo per scegliere gli ambienti e gli arredamenti, e così via) e che così facendo ciascuno vi darà la propria interpretazione, cercando di cogliere le intenzioni originarie di chi l'ha scritto ma inevitabilmente aggiungendo un personale punto di vista. Potremmo dire che nella sceneggiatura trova una sua realizzazione quella democraticità del testo di cui parla Barthes [1970], in base alla quale il lettore, che nel nostro caso non è lo spettatore ma un individuo impiegato nel medesimo progetto, diventa a sua volta scrittore contribuendo al testo con il proprio immaginario e bagaglio culturale.

Data la circolazione limitata e la strumentalità di questo testo, è chiaro che esso avrà un suo proprio *linguaggio*, che da un lato implica il rispetto di precise regole formali e modalità di scrittura, dall'altro lo solleva da altre norme editoriali di base comuni a quei testi che invece hanno una diffusione sul mercato. Così ad esempio lo "script" (altro modo per chiamare la sceneggiatura di un episodio) deve essere chiaro e conciso: «sulla carta devono comparire soltanto gli elementi visibili o udibili» [Huet, 2005: 13], evitando commenti superflui, digressioni, ridondanze di stile, o annotazioni che non abbiano un'attinenza diretta con ciò che si vedrà sullo schermo. Viceversa, in una sceneggiatura saranno tollerati – come sosteneva anche Riccardo nell'estratto più sopra riportato – gli errori, sia ortografici (per lo più di battitura: accenti, punteggiatura, lettere mancanti, ecc.) che grammaticali (*consecutio temporum* e congiuntivi), ma anche le correzioni a penna dell'ultimo minuto. In tal senso, possiamo parlare del lavoro dello sceneggiatore come di una produzione di testi sporchi («*messy text*») [Kohn, 2000].

Fino a qualche anno fa anche la forma grafica del testo prodotto (carattere, margini, impaginazione) era a discrezione dello sceneggiatore: il sistema artigianale tollerava infatti una certa anarchia estetica, cosa che la serializzazione dell'industria ha progressivamente eliminato in favore di una modalità standard (courier 12 giustificato) e condivisa dagli addetti ai lavori («*quello non ci metti tanto a capire, parli con un organizzatore che ti dice guarda 'dammele tutte uguali'*» ammette Rachele)²⁹². Si tratta di un "normario" minimo entrato nella pratica di scrittura, televisiva soprattutto, che non ha nulla a che vedere con il formato di scrittura rigidamente prestabilito negli Stati Uniti (a suggerirlo è la stessa US Academy of Motion Pictures²⁹³), dove tutti fanno uso di software di sceneggiatura²⁹⁴ e dove la formattazione del proprio lavoro sulla base delle norme

²⁹² "Quando io ho cominciato – racconta Riccardo – non era normale neanche il formato di scrittura, cioè si scriveva chi Courier 14 chi Times New Roman, che è demenziale [...] ADESSO NO! Adesso chiunque ti dà una pagina di formato che è quella di Final Draft modificata per lo più, però all'epoca non era così: all'epoca mi arrivavano copioni di 70 pagine che erano tutti in corpo 16".

²⁹³ Cfr. <http://www.oscars.org/education-outreach/teachersguide/index.html>.

²⁹⁴ Dall'inizio degli anni Novanta il più diffuso software per sceneggiatori è *Final Draft*, che ha la funzione di assistere lo sceneggiatore nella fase di confezionamento dell'opera scritta secondo gli standard industriali, e contiene una funzione "*problem-solver*" basata sul paradigma della struttura in tre atti. Altri software disponibili sul mercato sono *Dramatica* e *Celtx*. Quest'ultimo consente di aggiungere materiali (video, musica, suoni, ecc.) alle sceneggiature tradizionalmente intese, rivoluzionandone di fatto la natura stessa.

approvate, è considerata sinonimo di professionalità e rivelatrice dello status di *insider* dell'industria [Millard, 2010: 16].

L'imprevedibilità (*unpredictability*) del testo costituisce una caratteristica nota e tutt'altro che sorprendente per chi lavora nell'industria televisiva (“*c'è un margine sempre di imprevisto pazzesco, ma che non è imprevisto è super previsto!*” puntualizza Angelo). Essa va considerata essenzialmente in relazione ad un fattore: il tempo. Nonostante esista una tempistica piuttosto standard di svolgimento del lavoro di scrittura per cui lo sceneggiatore deve consegnare il testo prodotto nelle diverse fasi entro tempi prestabiliti (seppur indicativi), non esiste né una posizione condivisa sul tempo che richiede l'effettiva scrittura (cosa che dipende dall'indole del singolo sceneggiatore)²⁹⁵ né soprattutto una durata media dell'intera fase pre-produttiva. La tempistica varia infatti da progetto a progetto: ci sono storie che restano “in ballo” per anni (anche più di un decennio), iniziate, abbandonate e riprese ed altre che scorrono via velocemente senza troppi impedimenti e cambiamenti sostanziali del testo. Come emerge dalla constatazione seguente:

“per loro [in Rai] ho lavorato quasi due anni e non siamo riusciti a partorire un progetto, dall'altra parte [sul satellite] in nove mesi noi abbiamo pensato e scritto tutte le puntate di una serie che adesso va in onda!” (Riccardo).

L'intervallarsi di lunghi momenti di *stand-by*, in cui la storia viene abbandonata in un cassetto del network, ed altri di gran fermento, in cui i tempi di consegna si fanno strettissimi e pressanti, significa che il testo rimane “aperto” per un tempo variabile e spesso indipendentemente da problemi creativo-drammaturgici, bensì per ragioni che possono essere politiche (cambi del consiglio d'amministrazione della Rai ad esempio), economiche (il progetto si blocca per mancanza di finanziamento), relazionali (difficoltà di collaborazione tra la parte creativa e quella produttiva), o altro.

Un'ulteriore caratteristica del testo è la sua volatilità. Da una parte infatti, detto banalmente, la sceneggiatura non è solo di carta ma si alimenta di suggestioni orali, di annotazioni su post-it, di appunti scritti a penna a margine del testo, di discussioni animate, di materiali insomma di cui non rimane traccia documentaria (perché anche se scritti a fine lavoro vengono per lo più cestinati); dall'altra parte, molti sceneggiatori non conservano i propri lavori passati, almeno non tutti i passaggi della storia e raramente i lavori più antichi in ordine di tempo. Appunto perché la sceneggiatura non è in sé un oggetto artistico per cui anche lo sceneggiatore quando ripensa alla sua storia lavorativa e fa riferimento alle fiction sceneggiate non penserà ad un plico di fogli ma visualizzerà nella sua testa il prodotto finito, con gli attori che si muovono in scena, i primi piani e i piani sequenza, le musiche e i colori.

I testi su cui è costruita una fiction televisiva assumono infine un carattere di alta “trasmissibilità”, diversamente ad esempio da un libro e in modo più

²⁹⁵ Una situazione simile, di tempi estremamente fluttuanti, è indicata anche da Heinrich [1984: 277] quando osserva che la durata necessaria per stendere una pagina di traduzione ha generato tra gli intervistati (traduttori letterari, appunto) stime eterogenee.

consistente di quanto accada per un film cinematografico. Se si considerano ad esempio i *credits* delle miniserie si noterà come in molti casi soggetti e sceneggiature siano firmate a quattro e più mani, e chi firma i primi non indispensabilmente compare nei secondi e viceversa. In questi casi c'è stata una sorta di “staffetta”, un passaggio di consegne dello stesso progetto, un alternarsi di sceneggiatori che ereditano il lavoro dei colleghi, ri-lavorano sul materiale fino a quel momento prodotto (spesso senza mai incontrare chi li ha preceduti) e seguitano nella scrittura²⁹⁶. Il che può avvenire sia coattamente, per decisione del produttore o del network che provvederanno ad una sostituzione in corsa²⁹⁷, sia su decisione dello sceneggiatore che può rinunciare spontaneamente al progetto per cui era stato ingaggiando abbandonandolo in anticipo rispetto agli accordi contrattuali, ovvero come si dice in gergo “*sfilandosi*” da esso. Prendo come esempio una serie di qualche anno fa, dove dai *credits* si deduce che il soggetto di serie è firmato da sette sceneggiatori, di cui quattro figurano al cartello “soggetto di serie di” ed altri tre sotto “scritto da”:

“XXXX [nome serie] era solo un pasticcio. Veniva da una non-idea di A., cui mi chiesero di lavorare assieme a B. (mio coautore) e ci imposero di lavorare con C. Lavorammo circa tre mesi [...] alla fine arrivammo a un materiale che non era affatto soddisfacente. Io e B. ci sfilammo dal progetto che giudicavamo totalmente sbagliato [...]; subentrò D. che io non incontrai mai (come non avevo mai incontrato A.). Restarono delle firme per galateo reciproco. Io e B. avevamo lavorato un po' all'impianto iniziale che però era svuotato di senso. Poi c'era una traccia nostra nello spunto del primo episodio” (Simone, comunicazione mail 05/02/09).

Quello qui sopra descritto è un balletto di “*sfilarsi*” e “*subentrare*”, di collaborazioni rodiate ed imposte, di persone che si sostituiscono senza mai incontrarsi e che alla fine firmano collettivamente il progetto “*per galateo reciproco*” senza con molta probabilità riconoscere granché del proprio operato creativo in quella *summa* di testi giustapposti e non condivisi.

In sintesi, lo sceneggiatore televisivo produce con il suo lavoro una serie di testi che genericamente definiamo sceneggiatura dal momento che in essa confluiscono quale risultato di successive elaborazioni (sia scritte che orali). Questa «matrice creativa» [Parker, 1998: 4] è da considerarsi un *work in progress* di durata variabile, nel quale si fa uso di un linguaggio tecnico specifico, comprensibile ai fruitori (altri artisti, esecutivi, tecnici direttamente coinvolti nella realizzazione del progetto) e condiviso dai successori (gli sceneggiatori che eventualmente subentrano nel lavoro ereditando i materiali già prodotti). Una

²⁹⁶ Secondo Powdermarker [1950: 169] questo meccanismo («uno scrittore è buono, cinque sono meglio») è una distorsione della tradizionale catena di montaggio, per lo spreco di materiale e perché le qualità individuali vengono “spremute” ma senza metterle in condizione di funzionare efficacemente.

²⁹⁷ Procedimento simile viene indicato anche da Manning e Sydow [2007: 32] che sottolineano come il produttore debba essere sempre pronto a far fronte alla necessità di sostituire il personale creativo, affidandosi a collaboratori storici e mantenendo «relazioni “latenti” con un certo numero di talenti creativi che potrebbero essere attratti dai progetti lanciati dal produttore».

volta definito l'oggetto in esame, possiamo quindi procedere nella sua scomposizione.

5.3. Ideare un prodotto fiction

In questo paragrafo saranno trattati i primi due momenti che caratterizzano ogni storia pensata e prodotta per la televisione: l'ideazione vera e propria, che si sostanzia in tre tipi di artefatti testuali differenti, ovvero l'idea, il *concept*, il soggetto; e la stesura di quella che ho definito come la Grande Storia, ovvero l'intelaiatura approfondita del racconto, quella che "dà le gambe" al prodotto e prende il nome di *bibbia*, nel caso delle serie, e di *trattamento*, nel caso di miniserie e film-tv. Questi momenti creativi saranno per ora considerati come l'opera del loro principale autore e firmatario che è lo sceneggiatore, o meglio gli sceneggiatori, mentre le "ingerenze" esterne sulla storia (di che tipo sono, chi se ne fa interprete, che ripercussioni hanno sul lavoro dello sceneggiatore, ecc.) saranno trattate a parte nel paragrafo 5.5.

Va detto che rispetto ad altre forme di messa in scena, come il teatro e il cinema, in televisione le diverse fasi del processo creativo non si definiscono in modo chiaro e coerente: ciò è dovuto in parte all'aggiunta di nuovi "livelli" (di scrittura e di controllo) che variano da formato a formato, ma anche da produzione a produzione, perfino da progetto a progetto. Cercherò, per quanto possibile, di considerare le principali varianti che si possono presentare nell'elaborazione di una storia: ritengo comunque significativa quest'alta variabilità, che costituisce a mio avviso uno dei segnali di un processo produttivo non ancora uniformemente rodato, che combina il rigore proprio del sistema standardizzato a modalità soggettive nell'applicazione.

5.3.1. Eureka! Da dove nasce una storia: dall'idea al soggetto

Una fiction nasce da un'idea, al pari di ogni oggetto culturale e bene di consumo, da un capo d'abbigliamento ad un nuovo modello di automobile, da una *pièce* teatrale all'ultimo blockbuster hollywoodiano. Naturalmente non basta il pensiero, o meglio non basta una geniale intuizione per dar corso agli eventi, quindi ci si chiede: che forma assume quest'idea? Chi l'ha prodotta? E chi l'ha accolta? Ovvero come si trasforma nel grado zero del processo creativo?

Sono tre i "passaggi di stato" del testo con cui inizia il viaggio di un prodotto di fiction: l'idea, il *concept* e il soggetto. Non sempre identificati nella loro specificità, a volte confusi anche terminologicamente dagli stessi addetti ai lavori, queste prime fasi ideative risultano più spesso mescolate senza una reale linea di demarcazione, come l'espansione o viceversa la miniaturizzazione l'una dell'altra. In altri termini, queste forme "narrative" possono presentarsi fuse insieme o specificarsi in un certo numero di varianti (ho sentito parlare di "*concept di serie*", "*soggettone*" e "*soggettino*", "*idea di concept*", e molto altro), che appaiono poi nei *credits* con le diciture più svariate (o non appaiono proprio).

Generalizzando, direi che l'idea di una fiction è il primissimo slancio verso la storia, con la funzione «di innescare il processo, il “movimento” creativo di quella specifica invenzione drammaturgica» [Ventriglia, 2008: 15]. Fellini [1980] ad esempio sosteneva che un film può nascere da un dettaglio insignificante, come un colore, uno sguardo, un motivo musicale, che diventa in quel momento fonte ispiratrice: così una donna che cammina per via Veneto fasciata in un vestito che la fa sembrare un ortaggio può diventare l'illuminazione per *'La Dolce Vita'* (1960). Diffuso anche agli altri momenti della pratica di scrittura quello dell'idea come un “click” che scatta nella testa anche mentre si sta facendo altro dallo scrivere, è un aspetto che resta intimamente legato alla soggettività e sensibilità del singolo, spesso ricostruito *ex-post*, marginale quindi rispetto alla natura del discorso che mi propongo di seguire in queste pagine²⁹⁸.

Lasciamo quindi all'aneddotica gli episodi di folgorazione, dall'illuminazione durante una cena tra amici alla visione di una “*serie di culto piccola americana*” (Mirko) fino all'intuizione data da “*una volpe imbalsamata sul tavolo di un poliziotto in una centrale*” (Alvise). Quel che trovo interessante è piuttosto il fatto che l'idea produce immediatamente un'elaborazione concreta, verbalizzata in espressioni quali: “*facciamo un film/una serie/una sitcom SU...*” una tematica, un gruppo professionale, un fatto di cronaca o storico, un libro, ecc.; oppure “*facciamo una fiction CON*” un attore o un regista; o ancora “*facciamo una fiction A*”, partendo cioè da una precisa ambientazione geografica²⁹⁹.

L'idea però è ancora aleatoria, espressa in forma rigorosamente orale spesso in situazioni informali ed extra-lavorative, e la fonte da cui proviene può essere: il network – nelle persone di *producer*, capi struttura, funzionari di rete, ecc. –, oppure un produttore indipendente, un regista, un attore, un agente, perfino qualcuno che normalmente non è parte della macchina produttiva (un amico del produttore, un giornalista, uno scrittore, ecc.). E anche, naturalmente, uno sceneggiatore.

È probabile che se arriva da una persona che non è lo sceneggiatore, soprattutto se si tratta del *broadcaster* o del produttore, l'idea sia legata non tanto ad elementi drammaturgicamente forti quanto piuttosto a fattori tecnico-produttivi (è il caso di un produttore che chiese di inventarsi un film-tv per sfruttare una vecchia scenografia prima di smantellarla definitivamente), di sicurezza (l'acquisto dei diritti di un libro di successo o di un format straniero), politici (“XXXX [nome serie] è una marchetta no? *La Lega* voleva assolutamente una serie che si girasse a Milano, hanno dato non so quanti soldi a Saccà e hanno fatto partire questa serie” spiega Giulia). Anche la presenza di un attore o di un'attrice, di sicura presa sul grande pubblico televisivo (penso a nomi come Lino

²⁹⁸ In molti distinguono infatti l'idea (la scintilla) dall'idea drammatica (ciò di cui parla il film), attribuendo a quest'ultimo concetto un grado di articolazione differente: c'è chi la identifica con il soggetto vero e proprio [Field, 1979], chi la considera equivalente a «quello che nei manuali di sceneggiatura viene definito *story-concept* (o *premise*)» [Buccheri, 2003: 21; l'autore riprende la definizione da M. Hauge, *Writing Screenplays that Sell*, Harper Perennial, New York, 1991], o ancora chi – ed è la soluzione adottata in questa sede – la identifica con l'argomento del film [Dancyger e Rush, 1995].

²⁹⁹ Si tratta di una tendenza recente, legata allo sfruttamento delle FilmCommission, al tentativo di valorizzare la provincia italiana e dare risalto alla bellezza dei luoghi. Esempi di questo tipo sono *'Capri'* (2006) e *'Agrodolce'* (2008), dove a fare da sfondo alla storia sono la costiera amalfitana e i paesaggi siciliani.

Banfi, Gigi Proietti, Luca Zingaretti, Sabrina Ferilli, Veronica Pivetti) o che difficilmente cede alle lusinghe (economiche) del piccolo schermo (come Giovanna Mezzogiorno e Raoul Bova), è un elemento che aumenta l'interesse intorno al progetto e dà più chance all'effettiva realizzazione. Diversamente, se l'idea parte dallo sceneggiatore è più probabile che sia legata ad elementi di tipo narrativo (una situazione, una tematica, un personaggio), spesso in riferimento, per somiglianza o per differenziazione, ad altre serie (per lo più americane).

È importante sottolineare che nel sistema televisivo italiano la norma è che l'idea vada dall'appaltatore allo sceneggiatore e solo sporadicamente viceversa. Questo vale anche quando quest'ultimo è tra i più "acclamati" del momento, come nel caso che segue:

"ci ha chiamato XXXX [nome produttore] e ci ha detto 'ho un'idea di vedere XXXX [nome attore] che fa Babbo Natale' [...] che tecnicamente non è né un'idea né un soggetto... è nulla! È come se dicessi mi piacerebbe vedere Gigi Proietti che fa un infermiere" (Federico).

Ora, un film su un attore comico basso di statura nei panni di Babbo Natale può essere qualunque storia, come l'idea di un uomo naufragato su un'isola deserta può portare sia a *'Robinson Crusoe'* (1719) che a *'Cast Away'* (2000). Questa breve sentenza viene perciò ampliata e precisata fino ad assumere la forma del cosiddetto *concept*, che diventa il riferimento centrale attorno a cui ruoteranno tutti gli altri elementi della sceneggiatura. Espresso in poche e accattivanti frasi – «le "venticinque parole" con cui i produttori pretendono di farsi riassumere dagli sceneggiatori la storia del film» [Buccheri, 2003: 22] – senza una regola di elaborazione fissa³⁰⁰, ci dice ciò di cui la storia parla, come esemplifica di seguito Davide:

"io parto da un concept che è l'idea del film, di solito si deve saper raccontare in 10-15 secondi; ad esempio, 'Notte prima degli esami' è: alla vigilia degli esami di maturità un ragazzo manda affanculo il professore che scopre poi essere il suo membro interno alla maturità, contemporaneamente si innamora di una ragazza, scoprirà che la ragazza è la figlia del professore, come ne verrà fuori? Questo è un concept!" (Davide).

Nell'esempio qui riportato è evidente il passaggio dall'idea in potenza (fare un film sui ragazzi degli anni '80)³⁰¹ al concept che è *"la storia generalissima, di una mezza paginetta"* (Alberto). Si tratta di uno stadio fondamentale nell'ideazione del film quando è già in atto una manipolazione delle idee drammaturgiche in funzione del futuro racconto visivo di cui dev'essere già chiara la coerenza interna: ci sono un protagonista, la sua motivazione, un problema, un

³⁰⁰ Per la selezione al corso Rai Script ad esempio ai candidati è richiesto di inviare un *concept* di serie che «deve essere espresso in circa 1000 battute (15 righe dattiloscritte)»; posizione simile la si trova in alcuni blog, dove si suggerisce agli aspiranti sceneggiatori «Se vuoi farti leggere, devi scrivere un *concept* molto nitido e sintetico: max 1000/1200 parole».

³⁰¹ L'idea del film in quel caso era il titolo stesso: fu il produttore Gianandrea Pecorelli a chiamare gli sceneggiatori proponendo un film sui ragazzi degli anni '80 per il quale aveva in mente solo il titolo.

conflitto, uno sviluppo e una risoluzione. Il *concept* ha una funzione precisa dal momento che da questo nucleo concettuale dipende l'interesse del produttore non solo per il progetto ma anche perché sia proprio quello sceneggiatore a svilupparlo e farsene carico. Consideriamo l'affermazione che segue:

“la scrittura di un concept di serie oggi di solito si completa con l'indicazione degli elementi macronarrativi della serie e si firma come ‘soggetto di serie’. Per quanto riguarda un film o una miniserie, può succedere che si scriva il concept di fatto in una proposta editoriale che si porta alla rete per ottenere l'attivazione di sviluppo del soggetto (senza chiamarla concept). Ha la forma di proposta e se ben fatto può convincere, anche se non tutti compiono questo processo consapevoli delle sue implicazioni tecniche. E spesso si accontentano di arronzare fumo” (Simone, comunicazione mail, 30/10/09).

Questo passaggio della storia ha dunque una struttura e un peso diversi a seconda del formato per cui è concepito: per le serie finisce spesso per fondersi con il soggetto, per le pezzature brevi assomiglia più ad una *“proposta editoriale”*. È naturale che per l'attivazione di una serie il committente abbia bisogno di maggiori garanzie, voglia cioè essere sicuro che la storia sia abbastanza solida da poter essere sviluppata su un arco di racconto lungo; la brevità della miniserie concede invece un certo margine di indeterminatezza (il cosiddetto *“arronzare fumo”*)³⁰². Di conseguenza, tra gli addetti ai lavori il termine stesso, *concept*, non viene utilizzato in maniera standard: c'è chi lo usa per indicare direttamente il soggetto, chi lo considera alla stregua del *“format”* e chi semplicemente non lo ritiene applicabile al sistema fiction italiano, come si ricava dal brano che segue:

“un CONCEPT è un'idea strutturata secondo parametri e codici (narrativi, musicali, produttivi) che dovrebbero assicurarne la riproduzione simile se non identica anche in diversi contesti. Il termine è mutuato dall'intrattenimento: XFactor, Affari Tuoi, La ruota della Fortuna sono concept. Il suo uso nella fiction seriale ha, a mio parere, poco senso” (Ivano, comunicazione mail, 31/10/09).

Un senso in realtà – che lo si chiami *concept* o altro – ce l'ha: attirare l'attenzione di un ascoltatore e possibile investitore. Ho scritto *“ascoltatore”* e non *“lettore”* perché molti *concept* non sono scritti se non come semplici annotazioni,

³⁰² «Rodolfo Sonogo, straordinario inventore di soggetti, pare abbia venduto diverse volte nel tempo un “soggetto” di cui raccontava sostanzialmente solo il titolo “Il mulo e il cannone”, sufficientemente seduttivo e promettente perché importanti produttori acquistassero l'idea in fieri. Per non parlare del leggendario soggetto chiamato “Pinkettino” di cui non si è mai saputo nulla, altro che la promessa di terminarlo prima o poi da parte del grande Rodolfo» racconta F. Scardamaglia, *Cos'è un soggetto e come inizia un racconto*, in «Script», n. 44/45, 2008, disponibile alla pagina: http://www.scriptonline.it/articolo.php?issue_id=44&issue_progr=2. L'aneddoto mi sembra piuttosto esemplificativo della tecnica dell'*“arronzare fumo”*; si noti tra l'altro che Scardamaglia parla genericamente di “soggetto” a sottolineare oltre all'indeterminatezza della terminologia tecnica anche il fatto che quando si parla di opere cinematografiche il linguaggio si riduce ad una manciata di nomi (soggetto, scaletta, sceneggiatura).

stampelle mentali per affrontare un *pitch* televisivo: si tratta di una pratica di presentazione del materiale narrativo, in questo caso l'idea/*concept*, che consiste in una descrizione sintetica delle tematiche e del sistema di significati e di valore che si intende trasmettere con il film/miniserie/serie. In genere il *pitching*, che pure si pratica nelle fasi successive del lavoro creativo e che anzi risulta tanto più efficace quanto più articolato e avanzato è lo stato di lavorazione di una storia, è una proposta (accattivante) fatta ad un produttore nel tentativo di convincerlo a investire su quell'idea. Se nel sistema industriale americano esso costituisce una fase istituzionalizzata del processo di gestazione di un nuovo prodotto³⁰³, in Italia questa pratica ha ancora un carattere informale e personalistico ed è legata a dinamiche di fiducia reciproca tra il terminale economico e quello artistico³⁰⁴.

Per questo è cruciale riuscire ad ottenere un colloquio *vis-à-vis* con un produttore "amico" che cercherà di "piazzare" il progetto presso il network o direttamente con qualcuno di interno alle reti. In genere è preferibile questa seconda opzione perché consente di saltare un passaggio (by-passando il produttore) e di conferire direttamente con il finanziatore. Quanto invece alla scelta sul produttore indipendente a cui rivolgersi, piccoli e grandi case hanno entrambe i loro pro e contro. Si veda infatti il brano seguente:

"per esempio se porti un progetto ad un grosso produttore, [...] ne ha talmente tanti che lo mette nel suo calderone, va alla Rai con il suo grande cesto e dice 'vuoi una storia di una ballerina classica? Poi c'ho una storia di una sposa bambina, poi c'ho un pirata della Malesia e c'ho anche un pianista di piano bar, quale le piace?' Il pianista? Tutti gli altri però sono bruciati! Perché lui non è che li può fare tutti lui, nel frattempo sta lì, ne ha già parlato, non è che glielo porti a un altro, quindi il grosso produttore sotto questo aspetto, a meno che non se ne appassioni pazzamente, ha il mucchio, il piccolo produttore ha

³⁰³ Durante i cosiddetti "*opening*" estivi i grandi network raccolgono proposte per l'attivazione di nuove serie e programmano *pitch* con i proponenti. I network «annunciano una data precisa di apertura alle agenzie, a volte pubblicano anche annunci commerciali. A seconda della loro necessità – cioè, quante serie sono riconfermate, quanti posti ci sono da riempire per l'autunno – alcuni network possono incominciare i colloqui a giugno, e altri valutano proposte fino anche a ottobre [...]. Ogni network esaminerà circa 500 *pitch* durante il periodo di apertura. Di questi, ognuno ne sceglie 50 o 100 che diventeranno sceneggiature per un pilota. Di queste, da 10 a 20 ce la faranno a essere realizzate come pilota. Tra queste, un paio diventano serie» [Douglas, 2005: 38].

³⁰⁴ Le uniche occasioni istituzionali di *pitching* si sono svolte all'interno delle tre edizioni del RomaFictionFest. Ogni anno, in seguito ad una pre-selezione tramite invio del proprio materiale, un certo numero di finalisti (divisi per sezioni corrispondenti ai diversi formati televisivi) ha la possibilità di proporre le proprie idee ad un comitato composto da Commissioning Editor delle reti televisive di tutto il mondo, allo scopo di trovare un finanziamento o, più spesso, un co-finanziamento. Ogni presentazione dura circa quindici minuti, di cui dieci di presentazione (il *pitch*) e cinque riservati alle domande. Ho condotto un'osservazione partecipante nei tre giorni di *pitching* dell'ultima edizione del festival e mi sono convinta della crucialità di quest'occasione per osservare le interazioni tra il polo creativo e quello commerciale, sia in chiave nazionale che globale, e rilevare l'esistenza di un sostrato conversazionale routinizzato fatto di temi, richieste, delucidazioni ricorrenti. In altri termini, se quella del *pitching* fosse una pratica consolidata consentirebbe al ricercatore di osservare e analizzare: da una parte, i meccanismi retorici a cui fa ricorso l'artista per "acchiappare" l'interesse del suo interlocutore e, dall'altra, le strategie messe in atto dal network nella scelta di una storia da produrre.

tre cose e quindi combatte aspramente, sta tutti giorni lì per farlo, quindi io insomma preferisco i produttori piccoli e combattivi” (Elena).

Nel caso del “*grosso produttore*” quindi il rischio è che la proposta del singolo non sia sufficientemente valorizzata dal momento che presenta alla rete più di un progetto con l’obiettivo di far attivare almeno una storia, mentre il piccolo produttore avrà meno idee da proporre e combatterà per farle attivare. È pur vero che se quest’ultimo ha già un accordo per un progetto nel palinsesto entrante difficilmente riuscirà a farsene approvare un altro (“*dovrebbe essere giusto sai ti porto De Niro e Al Pacino che fanno una cosa sulla costiera amalfitana, alla fine se lo pigliano!*” conferma Matteo) per cui sarà inutile rivolgersi a lui in quel momento.

Lo scenario qui presentato conferma una delle massime, ben poco autoriali, del sistema: “*lo stesso progetto lo porta uno non passa, lo porta un altro passa!*” (Carla). È perciò necessario che la proposta e il destinatario di quella proposta, anche quando nascono dallo sceneggiatore, siano il frutto di un *calcolo* (una sorta di razionalità autoriale) e di un occhio costantemente puntato al mercato e che chi scrive non faccia semplicemente affidamento alle sue trovate creative. Dal momento che l’obiettivo ultimo è procacciarsi un lavoro, diventa una necessità strategica per lo sceneggiatore di fiction conoscere in anticipo quale produttore potrebbe essere interessato ad una certa tematica, quale è “scoperto” e alla ricerca di nuove idee e seguire, complice anche il proprio agente, i *rumors* del sistema. Per questo, i più giovani e meno inseriti vanno incontro ad enormi difficoltà di ottenere attenzione da parte degli “anelli” economici di un siffatto sistema: se hanno un’idea in cui credono molto si rivolgeranno piuttosto ad uno sceneggiatore affermato, al proprio agente (se ne hanno uno), o, come ultima spiaggia, si affideranno alla spedizione per posta (alla struttura fiction del network o al produttore)³⁰⁵.

Vorrei soffermarmi ancora su questo aspetto di mancata ideazione da parte dei nostri sceneggiatori, perché sembra l’origine di molte delle loro pene creative.

Essi vedono nell’attuale sistema televisivo italiano, ingessato e non concorrenziale (quindi iper-conservatore), il maggior colpevole di un evidente vuoto ideativo che ha investito l’intera categoria. E riconoscono che in passato le cose andavano diversamente: quando le strutture produttive erano più snelle e disorganizzate e le aspettative sul prodotto inferiori, chi aveva un’idea (anche un giovane) poteva rivolgersi direttamente alla rete. Si veda l’aneddoto che segue:

“diciamo fino a dieci anni fa, io mi ricordo quando c’era Brando Giordani, democristiano tremendo... ce stanno a fa’ rimpiangere la democristiana cristiana francamente, che è tutto dire! [...] Ci chiamava Brando Giordani, che era il direttore generale della Rai, mi ricordo chiamava me e XXXX [nome sceneggiatore] ah ragazzi voi fate cinema, siete due ragazzi svegli, mi scrivete una cosa bella di fiction, così, non te do l’argomento... guarda gli diciamo noi, noi ti scriviamo tre quattro ideuzze te le mandiamo e tu scegli... no, tre quattro

³⁰⁵ Le strutture fiction dei broadcasters, ma anche le case di produzione, si avvalgono di alcuni “lettori” che hanno il compito di leggere tutte le proposte che arrivano e di compilare una scheda di valutazione da girare ai “*piani alti*”.

so troppe poi mi viene l'imbarazzo... una/due dai, quelle che vi piacciono di più! Capisci? Tre/quattro erano troppe per lui, aveva l'imbarazzo! Noi gli scrivevamo un paio di cose, lui diceva questa questa mi piace e tu la facevi, basta" (Giovanni).

Giovanni sottolinea come nel giro di un decennio si sia verificato un cambiamento di atteggiamento da parte del committente rispetto alla fase ideativa: il vuoto organizzativo facilitava situazioni di scambio diretto, per cui non era infrequente che il direttore del servizio pubblico si rivolgesse direttamente ai creativi per delle “ideuzze”, che poi leggeva e valutava personalmente. L'industrializzarsi della macchina produttiva e l'aumento di capitali confluiti nel settore fiction fa sì invece che anche la “migliore” delle idee sia vincolata da filtri organizzativi (secondo il ben noto sistema di *gatekeeping*) e da parametri di valutazione extra-creativi. Il che scoraggia spesso ogni tentativo di scrivere qualcosa di proprio: nonostante in molti, come già sottolineato altrove in questo lavoro, rivendichino il desiderio di sentirsi “padroni” dell'idea e vivano con una certa frustrazione il lavoro su commissione (soprattutto per gli adattamenti da format stranieri, vero e proprio tormentone della lamentela dello sceneggiatore), in pochi si misurano davvero con una creazione *ex-novo*, frutto di un bisogno interiore di esprimersi e di mettersi in gioco professionalmente. Solo che il *leitmotiv* sull'impossibilità di essere davvero il punto d'origine della storia – data la schiacciante prevalenza del lavoro su commissione, la necessità di inserirsi nel filone narrativo in voga (“*adesso tutti ti chiedono il melò... perché la fantascienza non la fa nessuno in Italia?*” si chiede Giorgio), la “*dose di fattore C*” che ci vuole a “*rivolgersi alla persona giusta nel momento giusto*” (Rachele) – rischia spesso di trasformarsi in un alibi e in una giustificazione all'immobilità creativa. Le riflessioni su un certo conservatorismo del mezzo televisivo, sulla sua tendenza alla “clonazione” più che all'innovazione sono infatti entrate da tempo anche nell'agenda d'analisi accademica [Gitlin, 1994; Bielby e Bielby, 2003], cioè a dire che non sono né una sorpresa dell'ultima ora né una peculiarità tutta italiana come invece sarebbero portati a credere gli sceneggiatori di casa nostra. Il punto è che la sospettosità del mezzo verso il nuovo sembra essere diventata la “scusa” ad una certa passività diffusa, all'accettazione di fatto di una prassi che si condanna a parole. Consideriamo al riguardo l'estratto che segue:

“Io di progetti miei non ne porto più da una vita, in realtà mi chiamano per progetti... No, il concetto di tu che porti il prodotto è un bluff clamoroso, è una leggenda! Che io mi ricordi nella televisione italiana sono tutti lavori su commissione, cioè funziona così: o sono format o sono cose che ti dicono scrivi un'idea su una famiglia allargata e tu gli porti la tua idea, ma non è che tu vai dal produttore e dici senti ho avuto l'idea di fare una serie su questo, ti interessa?” (Andrea).

La posizione di Andrea è secca: non esistono lavori che non siano su commissione e lo scenario di uno sceneggiatore che riesce a proporre qualcosa di proprio è relegato nella “leggenda”. Il che conferma che lo sceneggiatore nemmeno ci prova a presentare un progetto originale avendo progressivamente interiorizzato questa tendenza anti-propositiva. Naturalmente non avviene sempre

così. Mi sembra siano due gli aspetti che agiscono da spinta a “buttarsi nella mischia”: da un lato, i più propositivi sono coloro che hanno già visto andare in porto almeno una propria idea e continuano a coniugare il lavoro su commissione alla sperimentazione individuale finalizzata ad un’attivazione convinti che “*anche tutti questi ostacoli ci sono ma sono anche molti immaginari comunque ci combatti*” (Monica); dall’altro lato, è nei momenti in cui il lavoro scarseggia che lo scrittore riscopre la sua vera indole creativa. Angelo ad esempio in un momento di pausa non prevista, dovuta allo slittamento di un lavoro più in là nel tempo, ha deciso per la prima volta dall’inizio della sua carriera televisiva di scrivere qualcosa di proprio. Si veda come spiega questa scelta:

“ho scritto un paragrafo introduttivo che dice: quando ci si racconterà questo tempo gerontocratico nel quale appunto non i giovani ma quelli di quarant’anni come me erano ancora tagliati fuori e mi chiederò ‘che cosa hai fatto?’ Questo! [alza la mano fingendo di avere un foglio in mano]. E quindi sto provando a scrivere un soggetto super ambizioso per una serie televisiva” (Angelo).

È naturale che nei momenti di minor stress lavorativo lo sceneggiatore sia portato a fare un bilancio della sua storia professionale e a cercare di realizzare proprio qualcosa in cui non è ancora riuscito: come a dire, più il lavoro ti viene a cercare meno sarà necessario che usi nuove strategie per procacciartelo e più la tua autorialità “originale” ne uscirà svilita.

Torniamo ora alla storia: abbiamo visto che lo sceneggiatore entra sovente *in media res*, lo fa con la stesura del soggetto, terza ed ultima fase di cui mi occupo in questa sezione. Si tratta di una breve versione in prosa dello sviluppo narrativo, luogo (cartaceo) in cui le idee assumono forma dimostrando la tenuta e il respiro del progetto: la sua lunghezza narrativa, il formato, un titolo provvisorio (che con molta probabilità cambierà più volte, ma che potrebbe restare il *claim* con cui viene identificata la serie da chi vi lavora), il tono (commedia, dramma, un mix tra i due, ecc.), la successione degli eventi, i personaggi presentati con brevi etichette, le location, il finale e il tema (racconto questa storia per comunicare che cosa?)³⁰⁶. Tutti aspetti che in sede di *idea/concept* erano ancora aperti ad innumerevoli possibilità. Il soggetto è sempre scritto, la sua lunghezza è ancora piuttosto breve, dalle tre alle dieci pagine (“*i soggetti si scrivono in poco, tipo dieci giorni*” sostiene Mario), e in esso «è più che legittimo adottare qualsiasi tipo di espediente letterario per affascinare chi legge» [Ventriglia, 2008: 18]. Siamo ancora di fronte ad un documento anarchico, scritto con uno stile personale e non standardizzato (c’è chi usa Courier carattere 14, chi Times carattere 16, ecc.). Una delle novità introdotte dal sistema seriale è il già citato “soggetto di serie”, «un’introduzione al mondo e al viaggio dell’intera serie» [Douglas, 2005: 31]. Se ne veda la spiegazione che segue:

³⁰⁶ In America questo documento viene chiamato “*short-treatment*” (o solo “*treatment*”) in contrasto con il “*long-treatment*” che invece contiene tutte le scene in forma narrativa; oppure si può usare il termine “*outline*” o “*synopsis*”. Secondo Parker [1998: 43], gli scopi di questo documento sono di stabilire: «i protagonisti coinvolti con una forte motivazione; una chiara struttura drammaturgica; gli elementi narrativi essenziali, inclusa la risoluzione delle principali storie; lo stile narrativo».

“il soggetto di serie è l’impianto della serie, con i personaggi definiti ma non è ancora uno sviluppo orizzontale delineato, cioè noi possiamo sapere che i due personaggi si incontrano e si innamorano e alla fine staranno insieme però non ti dico come, però ti dico qual è il tema, quali sono i personaggi, a che tipo di storia più o meno andranno incontro e quale sarà il loro sviluppo evolutivo, ma non ti metto i come e i perché, quello succede in fase di bibbia... spesso soggetto – per questo c’è l’equivoco – perché spesso soggetto e bibbia coincidono. Quando viene dal network la richiesta, ovvero ti dicono voglio parlare di due persone che si conoscono, si innamorano, fammi la bibbia direttamente a questo punto, inutile che mi fai il soggetto di serie che so già che cos’è... non mi devi convincere, son già convinto, e quindi tu fai soggetto di serie e bibbia in un’unica cosa...” (Enzo).

Da questo estratto emerge ancora una volta che al testo come accumulazione lineare di documenti standard si sostituisce, soprattutto nelle prime fasi, una sovrapposizione e commistione di un passaggio con quello successivo (in questo caso la stesura della bibbia di cui mi occuperò nella prossima sezione). Non solo perché le occasioni in cui uno sceneggiatore propone un’idea – e si realizza l’iter schematizzato: ho un’idea, scrivo un *concept*, la rete o il produttore attiva il progetto, scrivo il soggetto – sono le meno comuni; ma anche perché il soggetto costituisce l’unità minima tutelabile per legge: né idea né *concept* sono infatti tutelati dal diritto d’autore e per questo finiscono di fatto inglobati direttamente nel soggetto o, nella peggiore delle ipotesi, diventano protagonisti di situazioni di *plagio*. L’autorialità svilita, dal fatto di non poter proporre un’idea originale, assume così la forma di un’autorialità violata: il punto è che proprio per la natura aleatoria dell’idea, essa può essere con la stessa facilità usurpata (il produttore prende spunto da un suggerimento di uno sceneggiatore senza citarne la fonte) come pure rivendicata (lo sceneggiatore afferma che quel progetto è frutto di una sua trovata); perciò ci sarà difficile stabilire chi dica il vero (e in fondo nemmeno ci interessa). Quel che invece riscontriamo è che anche nel *plagio* (presunto o reale) ritroviamo le caratteristiche tipiche dell’autorialità televisiva – la sua dispersione, condivisione e talora usurpazione – di cui fa normalmente esperienza lo sceneggiatore televisivo.

Se il concetto stesso di “idea drammatica” risulta in ultima analisi spogliato della sua stessa essenza, quella di essere all’origine di un progetto, è indubbio che in questa prima fase il prodotto nella forma di un progetto allo stato embrionale ha già una sua identità forte che è la molla che gli consente di passare allo stadio successivo.

5.3.2. *La Grande Storia: bibbia e trattamento*

Nessuno si fida ormai semplicemente di un’idea: «la produzione moderna presume delle rappresentazioni effettive [...] che non mostrino solo che cosa sarà presente [in un’opera], ma anche come essa funzionerà – magari con delle frecce che indichino in quale direzione vadano le leve, girino gli ingranaggi, o si giri la manovella e che cosa muova cosa – per usare un vecchio esempio meccanico» [Molotch, 2004: 345-346]. Questo significa che una volta elaborato un *concept*

e/o un soggetto, e una volta che questo abbia passato le “forche caudine” del network o trovato la fiducia di un produttore, o più semplicemente una volta che lo scrittore sia stato “assoldato” per raccontare una certa storia, bisogna darle una forma.

Entriamo quindi indiscutibilmente in un terreno di esplicita competenza dello sceneggiatore. Detto altrimenti, se un’idea può venire a chiunque [Wasko, 2003: 18] e se la fase di elaborazione embrionale può anche essere saltata a piè pari, per strutturare un film o impostare una serie serve uno sceneggiatore di mestiere. Così dopo che Carlo Rossella, attuale presidente di Medusa Film, ebbe l’idea di una serie ambientata a Capri (“disse [al produttore] *perché noi in Italia non vendiamo i nostri gioielli, Capri ad esempio, un posto così bello...*” ricorda Giulia) e una volta ottenuta l’attivazione, questi si sfilò dal progetto lasciando il campo ad una sceneggiatrice e alla sua squadra di lavoro (“è stato detto ‘*Cara signora Pascolini pensi ad una serie su Capri*’, quindi tutta la serie è inventata dalla Pascolini, però Carlo Rossella ha detto Capri e non ha detto Cesenatico” afferma Elena).

Quello descritto in questa sezione è senza dubbio il momento “preferito” da ogni sceneggiatore, dove massima è la sua creatività e minore la necessità di mediazione, dove si trova a lavorare da solo o con un ristretto gruppo di persone con le quali ha già un buon affiatamento, dove è chiarissimo alle parti che è lui il “titolare” della storia. Il documento tecnico stilato a compimento di questa fase è il *trattamento* (nel caso dei formati brevi) o la *bibbia* (nel caso delle serie). Il primo è

“una roba di 60/70/80 pagine che tu puoi leggere come se fosse un libro, è il libro del film, come se fosse un piccolo romanzo che tu dici oh adesso me lo leggo, poi c’è anche una parte tecnica del trattamento che è la descrizione dei personaggi” (Davide).

Nel trattamento quindi la parte letteraria è preponderante su quella tecnica: questo perché in questa fase del lavoro non si pensa ancora in termini di messa in scena ma si racconta semplicemente la storia al committente che la leggerà “*come se fosse un libro*”. Lo stile utilizzato è quindi assolutamente libero e corrisponde all’indole del narratore che per il momento sceglie in modo del tutto autonomo e personale come raccontare la *sua* storia.

Tab. 4.1. Prime pagine di una bibbia di serie

Premessa	PREMESSA
Il senso della vita e il nichilismo	IL SENSO DELLA VITA E IL NICHILISMO
Anfiteatro	Nichilismo: manca il fine, manca la risposta al "perché?" Che cosa significa nichilismo? Che i valori supremi perdano ogni valore. (F. Nietzsche, Frammenti postumi)
L'accumulazione primaria	Quando si finì una carriera il mio amore si condiziona: se voi arrive in iniziali di più, se voi allagare diventate inferno, se voi in parata se ne vengono altre circostanze. La casa, mura... è lei che condanna. Vi fa diventare forse, si dà energia, si dà la carica per affrontar tutto. (Franchino)
25 aprile 1996	L'approccio al problema della droga non deve essere centrato sul prodotto ma sulle persone e sulle loro relazioni sociali. Dobbiamo cambiare che la nostra società preghiare emarginare chi diventa vittima delle sue contraddizioni piuttosto che tentare di eliminarla. (H. Margaron, Le stagioni degli dei)
I rapinatori	"Dio è morto, Marx è morto e nemmeno io mi sento tanto bene." Diceva Woody Allen qualche anno fa e probabilmente sceglieva un aspetto molto scuro da numerosi studiosi dei fenomeni sociali contemporanei nei paesi più industrializzati. La religione ha smesso di essere un punto di riferimento. La rivoluzione, le ideologie, le utopie, sono fallite mostrando in molti casi il loro volto crudele e spietato. Orfani di religioni e orfani di utopie ci siamo trovati spaesati. Nel frattempo il progresso scientifico ci ha dimostrato che ogni legge è relativa, ogni fine è incerto e discutibile e dunque non esistono regole assolute da seguire a cui gli uomini si possono aggrappare. La famiglia classica è quasi un ricordo, l'organizzazione sociale nella quale sono cresciuti i nostri genitori si è sgretolata, le spine alle quali siamo sottoposti — la globalizzazione, le immigrazioni, l'invecchiamento della popolazione — sono tante e incontrollabili.
Il nostro protagonista	
Vice questore Daniele "Chicco" Piazza (38 anni)	
L'inizio	
Temporata de azucar	
La base e la squadra	
	Note caratteristiche dei nostri agenti Pierpaolo Corsi (24 anni) — "il Corsaro" — l'informatico Alessandra Iergozzi (26 anni) — "Nitro" — la chimica Emiliano La Malfa (31 anni) — "il Conte" — la memoria Adelmo Rocca (29 anni) — "Sactus" — la forza Paolo Malacarne (30 anni) — "Asceia" — l'infiltrato Diana Murgia (25 anni) — "Irene" — microspic Marta Bianconi (36 anni) — il braccio destro — La figlia di Chicco, Sara (16 anni), e i suoi amici: Marco (18 anni) e Giacomo (19 anni) Manolo Biloua (32 anni), il terzo uomo della rapina alla Secumark La sua famiglia: Cesare (38 anni) e Jessica (34 anni) Romina (36 anni) E i suoi amici: Lívio Vitali (47 anni) e Franchino baldi (60 anni) L'indagine e i casi

Fonte: per gentile concessione di Angelo

Un lavoro più complesso è invece quello fatto sulla bibbia di serie. Seguiamo ancora la spiegazione di Davide:

“la conseguenza è che mentre per il trattamento di una miniserie se ti fai il culo lo fai in due mesi, per una Bibbia ce ne vogliono almeno sei... è un lavoro immane! Perché nella miniserie di solito chi scrive il trattamento poi fa anche la sceneggiatura, in una serie no: chi scrive la Bibbia non scrive le puntate, quindi lo sceneggiatore che viene chiamato a fare due puntate di una serie, deve studiare la Bibbia e deve essere esaustiva, perché io non devo avere dubbi su chi è quel personaggio, perché devo leggendo la bibbia sapere che lui fa questo e questo, sapere che psicologia ha, che una battuta non la direbbe mai e un'altra invece sì” (Davide).

Dal brano si evince come il livello di “tecnicismo” di questo secondo tipo di documento sia superiore rispetto a quanto osservato per il trattamento. Nella bibbia infatti vanno descritti approfonditamente tutti i personaggi (principali e secondari) e va raccontata la linea orizzontale andandola ad intrecciare con i singoli “casi” (i soggetti di puntata)³⁰⁷. È chiaro dunque che anche se la bibbia di serie è un documento passibile di successivi tradimenti da essa dipende l’impianto generale della serie: quanto più dettagliato e attento sarà il lavoro in questa fase, tanto più si eviteranno problemi (di incoerenza e incertezza) nelle fasi successive. Ho riportato nella pagina precedente (tabella 4.1.) un esempio tratto dalle prime pagine di una bibbia di serie (con l’indice e l’incipit del racconto): si veda in particolare l’indice denso di fatti e personaggi e lo stile molto letterario con cui parte la premessa (addirittura con citazioni filosofiche), ad indicare che se è fondamentale che lo sceneggiatore dia al proprio interlocutore il senso di quanto padroneggia la storia (e quindi gli faccia capire che tutti i pezzi si incastrano in modo coerente), allo stesso tempo egli è ancora libero di sprigionare la propria creatività senza doversi attenere a regole di confezionamento rigide (non c’è un indice standard) ma seguendo lo stile che più gli è congeniale.

Come ho già sottolineato, il lavoro di trattamento e bibbia non si riduce al solo testo scritto. Rinchiusi tutti nella stessa stanza gli sceneggiatori lavorano per un lungo periodo gomito a gomito mescolando ancora una volta oralità e scrittura, idee che finiscono su carta, altre che si perdono strada facendo perché non funzionavano o perché non c’entrano più con la piega che ha preso il racconto, idee che non sono più “mie” o “tue” ma diventano “nostre”. Il contraltare verbale della scrittura di un trattamento o di una bibbia è il cosiddetto *brainstorming*³⁰⁸. Momento di collaborazione totale e di creatività a briglia sciolta, in cui tutto (o

³⁰⁷ Per le stagioni successive alla prima, la bibbia di serie sarà naturalmente ridotta: perché i caratteri dei personaggi sono già in scena, quindi saranno eventualmente presentati i nuovi personaggi insieme al nuovo arco narrativo diviso per soggetti di puntata.

³⁰⁸ La fase di *brainstorming* è stata introdotta nel terzo capitolo raccontando delle attività in cui è impegnato chi scrive per la televisione. Questo termine viene utilizzato in generale per definire l’ideazione di ogni prodotto culturale e «sta ad indicare una modalità di lavoro in gruppo finalizzata allo sviluppo della creatività, per la concezione di nuove idee, risoluzione di problemi, ideazione di nuove soluzioni operative. Le riunioni, prevedendo che ognuno esprima liberamente il proprio pensiero senza alcuna censura, sono spesso interminabili» [Menduni e Catolfi, 2009: 88]. Per un approfondimento sui *brainstorming* di sceneggiatura a cui ho partecipato nel corso della ricerca sul campo rimando alla nota metodologica.

quasi) è possibile: lo sceneggiatore è solo con una materia narrativamente informe e le mediazioni “intergruppo” (all’interno della coppia o della squadra di ideatori) sono l’unico limite alla sua inventiva. Il network infatti ha dato il suo ok, il produttore ha avuto i soldi del contratto di attivazione, lo sceneggiatore ha ricevuto il compenso della rata firma³⁰⁹. Le parti si incontreranno di fatto alla consegna della bibbia di serie o del trattamento, o al più ad uno stato già avanzato del lavoro di strutturazione narrativa. Di qui deriva tanta libertà autoriale ed una creatività tutta giocata all’interno del team di lavoro. Si viene così a creare una sorta di «intimità strumentale», quale culmine di un processo di scambio (anche emotivo) che spesso precede il progetto stesso [Farrell, 2001: 185]: chi lavora insieme finisce per condividere uno spazio simbolico che è quello delle informazioni sulla storia, che al momento è precluso a chiunque altro e che diventerà un’arma strategicamente valida in fase di contraddittorio con il network, ma è anche dato da meccanismi mentali, modi di ragionare, strategie narrative che proprie del compagno di scrittura diventano uno stimolo nuovo alla creatività del singolo [Gourdin-Sanguard, 2010: 140]. Non solo, il lato B di questa autorialità creativa condivisa è la fiducia nei compagni di scrittura, che si fanno arbitri e giudici delle trovate degli altri (incalzando durante il *brainstorming* con domande, espressioni facciali poco convincenti, sonore stroncature) e revisori critici del lavoro scritto (quando ci si divide le linee narrative della storia da riportare nero su bianco per poi scambiarle e correggersele a vicenda).

Concludendo, già nella prima fase del processo di costruzione di una storia, quella di ideazione, mi pare entrino in gioco almeno due forme di autorialità diffusa: (1) un’autorialità condivisa e virtuosa dal punto di vista creativo, che è quella sperimentata con i colleghi di *brainstorming* (2) un’autorialità “per sostituzione” per cui un soggetto non creativo assume il ruolo ideativo principale, ruolo che idealmente saremmo portati ad attribuire allo sceneggiatore o ad un’altra figura artistica (ad esempio il regista).

5.4. Dall’ideazione all’azione: personaggi che parlano e si muovono

Una volta avuta la revisione della bibbia e operati gli aggiustamenti “suggeriti”, arriva il momento per lo sceneggiatore di dare voce ai suoi personaggi, scandendo i loro movimenti puntata dopo puntata e mettendoli in scena con i loro pensieri, emozioni, prese di posizione, conflitti, ecc.

Siamo cioè al momento vero e proprio della stesura della *sceneggiatura*, preceduto da un passaggio di “schematizzazione” del singolo episodio, che per ora definisco genericamente con il termine di *scaletta*. Sono questi i due documenti che saranno analizzati nel presente paragrafo e che sono stati ri-nominati con le espressioni di “storia in pillole”, che raggruppa i diversi tipi di scaletta, e “piccola storia”, per definire la sceneggiatura di ogni singola puntata. In modo speculare alla sezione precedente le revisioni richieste in questo secondo macro-momento,

³⁰⁹ Lo sceneggiatore viene in genere pagato in più tranches, la prima delle quali avviene a seguito della firma del contratto.

gli interlocutori che le muovono, e le ripercussioni che hanno sul testo scritto saranno considerate a parte.

Da notare invece che in questo stadio di lavorazione della storia fa il suo ingresso nell'arena creativa anche un nuovo attore sociale: quello sceneggiatore di puntata, il cui ruolo è già stato presentato nel terzo capitolo. Lei/lui può essere già parte del team di scrittura che ha concepito la bibbia o il trattamento (in questo caso sarà indicato/a come un "interno") oppure può venire reclutato solo in un secondo momento (e mi riferirò a lei/lui come ad un "esterno" o *freelance*). La divisione delle puntate tra un numero (variabile) di sceneggiatori porta ad una ulteriore parcellizzazione del processo creativo, entro cui ciascuno avrà come obiettivo finale la consegna del blocco di puntate in modo che possano iniziare le riprese³¹⁰: perché questo avvenga il capo progetto ha il compito di coordinare i lavori, tenere i contatti con tutti gli sceneggiatori e mantenere l'omogeneità della storia, interfacciarsi con la rete e la produzione; mentre lo sceneggiatore di puntata deve scrivere la parte che gli è stata assegnata, costretto entro un recinto narrativo ben definito e consapevole che la sua storia potrebbe essere in buona parte inutilizzabile, e subire una riscrittura quasi completa. In questa fase gli attori economici torneranno ad affacciarsi sulla scena creativa: il produttore starà col fiato sul collo agli sceneggiatori per fare in modo che i tempi previsti siano rispettati ed inizierà a ragionare sulla successiva fase di produzione; e la struttura fiction e i suoi *producer* attenderanno al varco per apportare le necessarie correzioni.

5.4.1. La storia in pillole: la scaletta e le sue varianti

Dopo aver ragionato sui personaggi, scritto le loro macro-storie, steso i soggetti di puntata (per le serie), arriva una fase di "sistematizzazione" delle singole puntate, concretamente rappresentata dalla scaletta. La scaletta è uno schema generale, una griglia operativa della puntata, in cui si stabilisce l'ordine di eventi che andranno successivamente sceneggiati. Non è più semplicemente un racconto in prosa della serie o della miniserie ma assume la forma di un vero e proprio strumento tecnico, a partire dal quale le parti coinvolte iniziano a ragionare in virtù di una messa in scena. In pratica si tratta della scansione in scene di una puntata (in genere una scena al minuto, quindi per un episodio da cinquanta saranno montate in scaletta circa 50 scene)³¹¹ di cui per ognuna è indicato il numero (di puntata e di scena), il luogo e il tempo in cui si svolge, chi c'è in scena e che cosa succede³¹² (esempi di scaletta sono riportati più avanti in tabella 4.2.).

³¹⁰ Diversamente dal sistema americano, infatti, dove la produzione inizia quando la scrittura è ancora in corso, in Italia, quasi sempre, si inizia a girare quando tutte le puntate sono già state revisionate e approvate. Fa eccezione il caso della soap opera.

³¹¹ «Oggi giorno in televisione – spiega Douglas [2005: 58] – una scena lunga un minuto è più accettata di una lunga tre minuti. [...] Un minuto per pagina può essere la media, ma non è una definizione accurata. Le pagine con i dialoghi si muovono più velocemente, mentre l'azione occupa un sacco di tempo».

³¹² La numerazione progressiva delle scene, il luogo e il tempo costituiranno l'intestazione di scena (*slug line*) distinta dal testo in cui viene raccontato il contenuto della scena (*log line*).

La scaletta ha dunque diversi destinatari di cui lo sceneggiatore tiene conto al momento della stesura; potremmo dire che la scaletta *deve* essere scritta *per*:

- lo sceneggiatore stesso, che la usa per scandire il racconto ed avere in testa (oltre che per iscritto) una mappa sufficientemente accurata da non rischiare di andare a casaccio in sede di sceneggiatura;
- il network che controlla lo svolgimento della fase pre-produttiva di lavorazione, monitora i tempi di scrittura e controlla che la storia stia andando nella direzione attesa;
- il produttore indipendente che può iniziare a programmare la produzione vera e propria, ovvero trovare le location, pensare al cast e al regista, calibrare la spesa, e quindi rendersi effettivamente conto di come saranno riempite le diverse “voci” del budget.

Nata originariamente come strumento di lavoro interno al gruppo di scrittori o comunque ad uso personale (se scritta da uno solo), con la più recente industrializzazione del seriale audiovisivo, la scaletta è diventata infatti una fase “pubblica” del processo di sviluppo di una storia, ovvero un momento istituzionalizzato di controllo. Questo ha comportato una “rivisitazione” del testo, nella forma, nei contenuti e nella pratica stessa del lavoro dello sceneggiatore. La scaletta servirebbe semplicemente a dare una struttura cadenzata al racconto, in modo sia da operare tutte le scelte narrative necessarie (svolte, conflitti, soluzioni drammaturgiche, ecc.) per concentrarsi così sui dialoghi e le azioni una volta che si passa alla sceneggiatura, sia da facilitare una successiva divisione del lavoro nel caso di un’opera a più mani (uno sceneggiatore scriverà ad esempio le prime dieci scene, un altro le seconde dieci e così via).

Per questo la fase di scalettatura è per sua natura necessaria ma del tutto arbitraria nello svolgimento: nella *soap opera* ad esempio gli *story liners* appuntano la scaletta del blocco (settimanale) di puntate su una lavagna gigante divisa in rettangoli (*vaschette*) corrispondenti alle diverse linee narrative e dentro ciascuno di essi inseriscono con pennarelli di colore diverso le scene relative a quella linea (ad esempio «SC 11 CORR/ROSS Ross dice di voler raccontare la verità ad Alb»)³¹³. Una variante di questo metodo, adottata da molti sceneggiatori anche per i prodotti di *prime time*, è l’utilizzo dei post-it (uno per scena) e di un cartellone (o direttamente di una parete). La possibilità di cancellare e riscrivere nel primo caso, e di staccare, spostare, buttare i post-it nel secondo rende bene l’idea della scaletta e della sua utilità per chi scrive: è un montaggio che avviene per gradi, partendo da un *patchwork* disordinato e pieno di “buchi” (non si va mai per ordine dalla prima all’ultima scena) ed approdando ad uno schema organico seppur non definitivo (perché potrà essere nuovamente messo in discussione con il successivo lavoro di sceneggiatura). In entrambi i casi la descrizione della scena è poi brevissima: pur contenendo tutti gli elementi necessari (numero di scena, luogo, personaggi, azioni) fa ampio uso di espressioni contratte e riduce ai minimi

³¹³ La scena è ripresa dalla puntata 1822 di ‘*Cento Vetrine*’ così com’era stata appuntata in lavagna (note di campo, 04/06/08): è segnalato il numero di scena (SC 11), i personaggi (CORR/ROSS) e cosa avviene (dialogo tra Rossana e Corrado: lei gli comunica di aver deciso di dire la verità ad Alberto). Nella nota metodologica sono state inserite alcune foto che documentano la stesura della scaletta sulla lavagna.

termini la descrizione degli eventi³¹⁴. Detto altrimenti, questo tipo di scaletta dice ben poco agli occhi di un lettore esterno che passasse per caso nella stanza dove sono appesi la lavagna o il cartellone: è un linguaggio comprensibile ai soli autori di quella storia, che avendone lungamente discusso necessitano di annotazioni che fungano da semplice promemoria visivo³¹⁵, anche scarabocchiate velocemente, a volte vaghe, perfino lacunose o non del tutto convincenti.

Vista da questa prospettiva la scaletta è una specie di documento “segreto” che «si scrive senza preoccupazioni di stile» e «senza definire le motivazioni psicologiche dei personaggi (che magari non vengono nemmeno chiamati per nome, ma identificati con il loro ruolo)» [Buccheri, 2003: 28]. Se questa pratica, pur essendo diventata negli anni più rigorosa³¹⁶, viene tutt’oggi applicata alla stesura dei film per il cinema e spesso anche alle miniserie e ai film per la tv (dove al trattamento può seguire direttamente la consegna della sceneggiatura)³¹⁷, le esigenze dettate dai formati più lunghi, con il coinvolgimento di più persone nel processo produttivo e l’allungamento dei tempi pre-produttivi, ha portato alla necessità di una revisione sul lavoro anche a questo *step* del testo e ad una standardizzazione della scaletta come strumento di lavoro. Di conseguenza, essendo cambiati sia il fruitore (non più gli stessi sceneggiatori che l’hanno prodotta ma la committenza) che il suo scopo (il lettore deve avere a disposizione tutti gli elementi per capire che la puntata “*ha le gambe*” e si può passare alla fase successiva), la scaletta si è trasformata in un documento legato a regole di editing standard (è di uso comune il formato Courier 12 giustificato) oltre che di scrittura, essendo diventato fittamente descrittivo per non lasciare il revisore con possibili dubbi circa la psicologia dei personaggi, le motivazioni dei loro gesti, ecc., e per minimizzare possibili obiezioni. Si è così imposto, soprattutto nel linguaggio della sceneggiatura seriale, il termine “scaletta trattamentata”, una sorta di ibrido tra il trattamento (che per le serie non esiste) e la scaletta vera e propria, ovvero, come spiega Giulia:

“l’aberrazione televisiva della scaletta. Siccome gli editor di rete, i produttori ecc... devono capire, controllare, sovrintendere e in un’ultima analisi giustificare il loro stipendio e romperti il cazzo, una scaletta di una riga per scena non gli bastava. Non capivano (ci credo è roba degli sceneggiatori, come l’imbastitura per la sarta!). Non potevano intervenire con le loro note

³¹⁴ Nella consuetudine americana questo scheletro della puntata viene chiamato “schema dei beat”, intendendo per *beat* – letteralmente “battito” o “battuta” – in questo caso «le scene in cui c’è azione drammaturgica conflittuale» [Douglas, 2005: 55].

³¹⁵ Il colpo d’occhio infatti è fondamentale: annotare tutte le scene su di un’unica “superficie” consente infatti di vedere subito se tutti gli intrecci sono stati sviluppati accuratamente o se viceversa si è perso di vista un personaggio per troppo tempo, e così via.

³¹⁶ Si prenda una scena dalla scaletta di ‘*Umberto D.*’ di Cesare Zavattini (1952): «Umberto va al palazzo di giustizia e trova avvocato che gli dice che lui fermerà lo sfratto ma bisogna pagare subito subito debito» [Zavattini, 1953: 44]. Come si vede non c’è nemmeno l’intestazione di scena ormai elemento imprescindibile anche se si tratta di annotazioni “ad uso interno”.

³¹⁷ Addirittura ne ‘*La monaca di Monza*’ (2004) gli sceneggiatori consegnarono alla rete soltanto un soggetto iniziale di 18 pagine (in Times 16), la prima stesura di sceneggiatura e una revisione (“*nessun trattamento consegnato, nessun’altra revisione*”); la scaletta, che pure è stata fatta, è rimasta un documento nelle mani di chi scriveva, prodotta al solo scopo di strutturare la sceneggiatura.

perché era roba comprensibile solo a chi stava lavorando a quella storia, a quei personaggi da mesi. Allora hanno preteso scalette sempre più dettagliate, creando questa scaletta monster lunghissima, faticosa da scrivere e da leggere, sostanzialmente inutile alla scrittura della sceneggiatura, in cui ogni scena deve essere descritta in modo dettagliato, con tanto di accenni di battute. Così loro si danno un sacco da fare a leggere, scrivere le note, suggerirti battute migliori...” (Giulia, comunicazione mail, 24/04/09).

Dall’estratto emerge l’inutilità attribuita a questo passaggio di scrittura ai fini del lavoro creativo dello sceneggiatore e insieme la *pretesa* da parte della committenza di “*capire, controllare, sovrintendere*” e in definitiva “*intervenire*”.

Quel che trovo di fondamentale importanza è proprio l’ingerenza della rete che “*si dà un sacco da fare a [...] suggerirti battute migliori*”: in altri termini, il controllo non è di tipo esecutivo, manageriale, economico, ecc., bensì puramente creativo [Berkeley, 2003]. E nel nostro procedere per accumulo di forme autoriali possiamo quindi affermare che questo tipo di autorialità seppur condivisa non ha effetti creativamente virtuosi (come nel caso dello scambio che avviene con il *brainstorming* di sceneggiatura) bensì è percepita come *invadente*, come una forma di controllo sull’operato dello sceneggiatore (e della sua squadra) travestita da suggerimento neanche troppo velato, “*della serie: ti faccio una proposta che non puoi assolutamente rifiutare!*” (Valerio).

Tab. 4.2.

[illegible]

Entrami
è stato mollato
da lei (lo ha fatto x i figli)

Esposit 45

Museo no finito

Il MESTIERE DI CREPESCIERE
Scala 19 settembre 2008

in

Asstoria/Aptaria: senza interessi, SVOGLIATI MENEFREGHISTI II, incapaci di realizzare qualcosa?

Finalità: si interessano e si muovono per qualcosa che hanno visto?

Insegnanti: permissivi vs. esigenti ma frustrati

Mancava figura adulta che abbia mostrato loro una strada e un esempio.
C'è bisogno di qualcuno che ti infonda la alla realtà.

EDUCAZIONE: INTRODUZIONE ALLA REALTA' al confronto con la realtà

1 EST. LICEO SCIENTIFICO - NOTTE

Liceo scientifico di C'ubbio. Sul portone pende la scritta Liceo OKKUPATO. Tre finestre della facciata sono illuminate, dall'interno arriva il suono della musica ad alto volume.

2 INT. LICEO SCIENTIFICO, ALLA MAGNA - NOTTE

...il liceo è occupato da una settimana. Una quindicina di ragazzi bivaccano nell'aula magna. Giocano a carte, cantano, fumano. **Ognuno per conto suo, o in piccoli gruppi, discorsi incuculanti?** Finché la notte non viene turbata da un grave incidente...

3 INT. LICEO, BALLATOIO PRIMO PIANO - NOTTE

... Attraverso le ombre proiettate sul pavimento sembra disegnarsi lo scontro convulso e indistinto di due figure; voci e urla sono coperte dalla musica ad alto volume. Un grido più forte degli altri, poi una delle due figure cade giù per le scale... È una donna di quaranta anni circa, che rimane riversa per terra, priva di sensi.

4 EST. LICEO / INT. LICEO - NOTTE

Un'ora dopo arrivano i carabinieri a sirene spiegate.
La donna – si tratta di ALESSANDRA ROSSETTI, professoressa in quello stesso liceo – viene portata via in ambulanza sotto lo sguardo preoccupato di SERENA, un diavolo dei capelli rossi, e DANIELE, un bel ragazzo alto dai ricci neri e con la keffiyeh al collo, entrambi diciottenni. Dicono che con quello che è successo che la notte non c'entrano. Daniele era lì ma non ha sentito niente. Serena è arrivata verso mezzanotte e mezza, ha trovato l'insegnante riversa ai piedi delle scale e ha chiamato l'ambulanza.

LUNGO !!!

Nella pagina precedente ho riportato un esempio di doppia scaletta: da una parte, la scansione schematica delle scene, che lo sceneggiatore stila ad uso personale (e a sua discrezione) a guisa di schema per punti del racconto e che viene oggi più spesso identificata col nome di *pre-scaletta* (che “*sarebbe in realtà una SCALETTA intesa all’ancienne*” chiarisce sempre Giulia); dall’altra, la “*scaletta monster*” – che nel caso riportato non è nemmeno troppo *monster*, rispetto allo standard – che diventa la versione in prosa dell’intera sceneggiatura, spesso già con i dialoghi abbozzati, in discorso diretto o indiretto³¹⁸.

Inoltre, come anticipato nella presentazione al paragrafo, la scaletta è compito dello sceneggiatore di puntata, che fa la sua comparsa solo ora sulla scena del processo creativo. Il suo rapporto con gli ideatori della serie per quanto riguarda la stesura della scaletta si può in generale riassumere come segue: a seguito di uno (o pochi) incontri gli vengono forniti i materiali e le spiegazioni necessarie per poter procedere in solitaria alla costruzione della stessa, la spedisce e una volta ricevute le note (per le quali si rimanda al paragrafo 5.5.) procederà alla sua revisione. Il suo apporto creativo al prodotto complessivo e la sua “quota” di autorialità dipendono essenzialmente dalla natura del rapporto che instaura con il suo referente principale (il capo progetto e i suoi collaboratori) e dal numero di puntate che complessivamente scrive per quella serie. Per quanto riguarda il primo aspetto, esistono vari modi di “far entrare” uno sceneggiatore freelance nella serie: con indicazioni piuttosto rigide e soggetti molto approfonditi; costruendo e discutendo insieme la storia della puntata; coinvolgendolo da prima che inizi il suo compito contrattuale. Chiarisco di seguito queste tre possibili situazioni attraverso altrettanti esempi tratti dalla lavorazione avvenuta nel corso di serie già andate in onda.

In ‘*Distretto di polizia*’ (2000) allo sceneggiatore di puntata vengono forniti (da uno degli interni che ha lavorato alla bibbia) tutti i materiali necessari per la stesura della serie, compresa una griglia fissa che si è andata strutturando nelle stagioni successive alla prima (numero di scene del caso A, eventualmente del caso B, e della linea orizzontale, numero di giorni in cui si svolge la storia, ecc.)³¹⁹. Dopo aver scritto la scaletta lo sceneggiatore la invia al suo editor (sceneggiatore interno) di riferimento, il quale dopo averla letta fornirà (a voce) le sue note e richieste di revisione. In altri casi allo sceneggiatore può essere richiesto di dare degli “spunti” per i casi di puntata³²⁰ oppure di lavorare insieme all’*head writer* ad una pre-scaletta. Più raramente lo sceneggiatore viene invitato a

³¹⁸ Nel caso delle serie, tra la stesura delle scalette e le sceneggiature si inserisce spesso un ulteriore passaggio: il capo progetto stila la cosiddetta *griglia* (che come la pre-scaletta non viene mai consegnata agli editor di rete), uno strumento di lavoro che serve a chi coordina il team di sceneggiatura per avere il polso della situazione sull’andamento delle storie dei vari personaggi nell’arco delle puntate (per controllare che non ci siano personaggi sovra-raccontati ed altri che sono stati persi di vista).

³¹⁹ Per un approfondimento sull’organizzazione produttiva della serie rimando a Ramosino [2005/06].

³²⁰ Nel caso di ‘*Don Matteo*’ (2000) ad esempio la prassi vuole che gli sceneggiatori di puntata presentino agli editor interni alla Lux Vide (l’azienda che lo produce) degli *spunti* di puntata non retribuiti in cui si racconta in una paginetta il caso in cui potrebbe imbattersi il sacerdote di Gubbio. In ‘*Terapia d’urgenza*’ (2008) invece in modo più “spartano” l’*head writer* invitava lo sceneggiatore di puntata a proporre oralmente un caso che poteva essere di suo interesse/gradimento.

partecipare già in fase di bibbia, magari sviluppando una parte della storia: in una serie attualmente in produzione ad esempio ciascuno sceneggiatore ha seguito un personaggio approfondendone il profilo psicologico.

Mentre nel primo caso, complice anche una certa rigidità del format di serie, i margini creativi del freelance sono piuttosto limitati, nelle altre situazioni esemplificate sembrano allargarsi sensibilmente. In generale, lo sceneggiatore dunque si sente parte del progetto e meno “prestatore d’opera” (o di manodopera) quando il rapporto con il “titolare” della serie è più empatico, sostanzialmente quando manca il passaggio del “subappalto” delle puntate a sceneggiatori esterni, con una forte disuguaglianza creativa tra chi sta dentro (e fa da editor alle puntate dei colleghi, oltre a scrivere le proprie) e chi sta fuori: la conoscenza che i primi hanno della storia è globale, avendo preso parte a tutte le riunioni creative, mentre i secondi sono partecipi solo degli sviluppi vicini all’episodio assegnato e non conoscono il lento lavoro fatto intorno alla bibbia. A lamentare meno la mancanza di libertà da freelance sono in genere gli sceneggiatori che appartengono alla stessa “famiglia” (nei termini in cui è stata definita nel capitolo precedente) dell’*head writer* e da lui suggeriti/raccomandati al momento della costituzione della squadra di lavoro: più di altri sceneggiatori di puntata infatti discutono con entusiasmo della serie, come se fosse in qualche modo anche “loro”, e la conoscono meglio proprio perché si avvantaggiano di uno scambio con il capo progetto che va al di là del rapporto lavorativo. È tra l’altro probabile che siano stati incaricati di sceneggiare più di un episodio: cosa che, a sua volta, aumenta l’investimento creativo del singolo (più puntate scrivo, più mi “affeziono” al progetto, più aumenta il mio contributo in termini autoriali). Se poi sarà richiamato a lavorare anche nelle stagioni successive, lo sceneggiatore sentirà di possedere il senso della serie, di poter osare di più con personali soluzioni creative, cosa che non sempre è ben vista nelle situazioni di “subappalto”. Si veda al riguardo il brano che segue:

“sai lo sceneggiatore nuovo ha il vantaggio che lo guidi di più, nel senso mentre magari quello che ha più esperienza ti dice no so io come si fa e quindi diventa magari faticoso per altri versi lavorare con le persone così” (Marina).

Il discorso di Marina è piuttosto semplice: nel reclutamento degli sceneggiatori esterni i novellini risultano più malleabili, creativamente disposti a farsi “guidare”. Abbiamo già visto come la questione autoriale non si giochi solo tra le diverse figure del campo ma anche tra sceneggiatori: finora ho parlato di una forma di autorialità interna al gruppo, di tipo orizzontale – ovvero tra “pari” impegnati nell’ideazione e strutturazione del prodotto culturale –, che si è presentata come una forma di condivisione creativa virtuosa. È chiaro che gli sceneggiatori di puntata fanno esperienza di un tipo di autorialità verticale (perché nella scala gerarchica latente occupano una posizione più bassa rispetto al capo progetto e ai suoi collaboratori), la quale può continuare ad essere virtuosa ma può anche avvicinarsi a quella forma di invadenza più sopra esposta a proposito del network. Il tipo di organizzazione interna al reparto scrittura, lo stile di lavoro del capo progetto e la sua volontà di accogliere gli spunti creativi provenienti dai *freelance*, insieme al livello di coinvolgimento di questi ultimi nel progetto,

sembrano gli elementi che principalmente incidono sul tipo di autorialità verticale (interna alla comunità) virtuosa o viceversa invasiva.

5.4.2. La “piccola” storia: sceneggiare una puntata

Una volta che la scaletta è stata approvata si passa alla sceneggiatura vera e propria della puntata, che è la traduzione in termini ritmici [Chabrol, 2003: 12] di tutto quello che lo/gli sceneggiatore/i hanno pensato, scritto, elaborato finora senza dargli però il giusto movimento (il ritmo appunto) per stare in scena³²¹. Anche in questo caso, come nei passaggi precedenti, quel che mi interessa cogliere è la forma che assume lo strumento di lavoro prodotto dallo sceneggiatore, il grado di “autorialità” che questi vi riversa, insieme alle norme (sociali) a cui si attiene.

Innanzitutto dunque la forma: come le scene sono in media una per minuto, così le pagine di una sceneggiatura sono circa una per minuto (o una per scena), con una divisione graficamente evidente tra dialoghi ed azioni. Nella versione “all’italiana” classica, quella cinematografica ormai quasi del tutto abbandonata, la pagina è divisa verticalmente a metà con le azioni e le indicazioni per la troupe sulla sinistra e i dialoghi sulla destra; nella prassi televisiva, a parte rarissime eccezioni³²², si usa invece una strutturazione della pagina “all’americana”, ovvero con le azioni scritte lungo tutta la pagina e i dialoghi al centro (si veda l’esempio di una pagina di sceneggiatura in tabella 4.3.).

³²¹ Per Chabrol, già indicato come uno dei principali registi della Nouvelle Vague, lo sceneggiatore deve dosare il rapporto tra l’elemento ritmico (lento/veloce) e quello scenico (la forza drammaturgica di una scena).

³²² “Io ho usato la sceneggiatura all’italiana per i film che ho scritto per XXXX [nome regista]. Ma con l’avvento del computer l’italiana non si usa più oramai (esistono solo pochi dinosauri ancora... ma se pensi che Monicelli non la usa da tempo...). In effetti essendoci nella colonna di destra e sinistra molti spazi bianchi c’è la possibilità per sceneggiatori, attori e soprattutto registi di appuntare cose, scrivere nuovi dialoghi o movimenti di macchina... appunti sul montaggio. Ma l’avvento del computer ha cambiato tutto. Solo che (per contraddire tutto quello appena detto) mi domando come mai gli americani non l’hanno mai usata... in fondo anche se tecnologicamente più evoluti di noi, anche loro fino agli anni ‘80, non avevano il computer [...]. La risposta sta nel fatto che gli yankees sono molto più pratici di noi. La sceneggiatura all’americana è tarata per essere un minuto a pagina circa di montato. Quindi 100 pagine 100 minuti. Non è mai così per noi che siamo più artistici (e approssimativi), ma loro che sono coi paraocchi, difficilmente sgarrano” (Lorenzo, comunicazione mail, 04/11/09).

Tab. 4.3. Pagine di sceneggiatura

06.01 VILLA FERRARI / BAGNO - INT. MATTINA

Il bianco dell'acqua e l'iride azzurra di Ferdinando ardeano nel
gli occhi momentaneamente.
...In mezzo ad un ritroso livido bianco che va dal sopracciglio
alla zappa intravedendo quel nudo del naso.
L'ambrosia senza datteri, a lui soprendenti la visuale alla sommità
sufficientemente esaltante la felice consistenza.

1990

ALFESSIA
fa barba mellea, e ha
dentecce, e si gella con
acqua, e in quel barba ha
una boccia mellea, e
una boccia d'olio.

TERMINAL (interpolando)
 FORTE NON ERA POI QUELLE ALLIAGO... E
 POI C'ERA AN POI D'ILLUMINAZIONE...
 ...DE C'ERA.

ALLIES

PTRENNALOG
524, 10 cc, M.E., Nor of he consens.

MESSIA
Sei proprio sicuro che non ti abbia
rubato niente?
Portacolorio,
telefonino...

APR 11 1964

[illegible]

REF: MEX-0

si, strano... (taglia corto, un po' brusco) Intanto, cosa n'avevamo in negozio coniato così?

per forma viget. A. ad huc in via de ecclesia de

There are no significant differences in the

7-233-A
Re: William Paul
testimonial of WLF.

Facinoroso, terrore di donna, senza Alessia s'aggirava nel
sibitto ca-a parte oposta del grande cagno e cominciava a
cominciare a l'cerca di una cosa:

א. ב. ג. ד. ה. ו. ז. ח. ט. י.

La quale carta correva avanti in
seccantina, percoscia in accantina.
Non era lo so, ma... Per le
parole aveva fatto.

Alcune accuse poi, secondo gente credibile che qui prende le

00000000

Lucas...

• Training of Trainers in person and

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

1. Introduction

Ma a piace a voi davvero? A suo modo, gli fa capire che deve reagire, e, tanto che l'editrice si rivolge ad andare proprio in un momento glorioso di volo, trionfante...

A-ESSA
Foco quia negligencia
neonatólogica reconv.

...Lillevangeni valla nel lago.

06.02 VILLA FERRARI / CUCINA - INT. MATTINA

La tua è stata prendere in braccio ed in racconciare il padre in
culla, dove è fatto il piano secondo soluzione con tutti i
figli.

con tanto testardo, appena aveva, tutta voglia di scialli al
fondo, con tanto le lezioni di lui, giovane di sole
indole e di costumi.

STOVANA

1. $\frac{1}{2}$

...mentare gli altri lo osservano e il personaggio in divisa lo
considerano svariandoci; i

000000

Mc che heil fa-ot

CITILDE

Confrontando diverse scalette già revisionate con le corrispondenti prime stesure di sceneggiatura si incappa di frequente in stravolgimenti consistenti: scene stravolte, tagliate, spostate (anche da un episodio all'altro), personaggi che agiscono in modo opposto rispetto agli intenti originari, dialoghi attribuiti ad uno che diventano battute in bocca a qualcun altro, e così via. Questo può avvenire per tre motivi principali: (1) perché lo sceneggiatore andando a montare narrativamente la puntata ne ha appurato la scarsa efficacia ed è costretto a ritornare sui suoi passi e a ripensare parti della storia; (2) perché tra l'ultima scaletta e la successiva sceneggiatura c'è stato un ulteriore incontro con il network e il risultato di quelle discussioni lo si ritrova direttamente in sceneggiatura; (3) perché in seguito a stravolgimenti nelle puntate precedenti (scritte da altri sceneggiatori) si è creata la necessità, in una sorta di effetto domino, di apportare delle modifiche a quelle successive. In tal senso, la fase di sceneggiatura, che secondo molti resta il passaggio più semplice e meccanico, proprio perché la struttura in scene c'è già, presenta comunque nuove possibilità creative: certo non si tratta di inventare una storia, di sviluppare la psicologia di un personaggio, di decidere la soluzione di un caso, come nelle fasi precedenti; ma nell'esprimere un'autorialità al singolare (la puntata per lo più la si scrive da soli) lo sceneggiatore si misura con quello che, secondo il luogo comune, è il suo vero mestiere. Scrivere una pagina di sceneggiatura.

E qui c'è l'inghippo: perché nel momento in cui lo sceneggiatore è solo con i suoi personaggi che dialogano, il pubblico dei suoi "lettori" si allarga ulteriormente. La fiction su carta prodotta prima per lo sceneggiatore (interno o freelance), poi per il produttore e per il network, diventa infine strumento di (ab)uso per l'intero reparto produttivo. La sceneggiatura infatti, almeno nei suoi intenti, è una sorta di "vademecum" che dà indicazioni a tutti coloro che parteciperanno alla fase produttiva e post-produttiva: ci sono indicazioni per il direttore della fotografia (prendendo spunto, dal passaggio riportato di seguito, è una scena girata in esterna di giorno), per lo scenografo (ad esempio le poltroncine in vimini del giardino, le tazzine, il bricco del caffè, ecc.), per la costumista (l'elegante orologio da polso che indossa Alessia)³²³, per l'aiuto regista (che sa quante persone devono essere presenti sul set per girare la scena), per il tecnico del suono (il rumore del martello pneumatico), per gli attori (oltre alle battute da recitare, ci sono le indicazioni tra parentesi in corsivo prima del dialogo, dette *didascalie*, che indicano lo stato d'animo del personaggio, il suo tono di voce, ecc.); spesso si aggiungono annotazioni per i musicisti (lo sceneggiatore suggerisce un pezzo o un ritmo musicale). Naturalmente la sceneggiatura "parla" prima di tutto al regista: a volte con suggerimenti velati come nella conclusione della scena riportata, ovvero attenuati da espressioni del tipo "*a discrezione del regista*", altre volte con indicazioni più dirette come ad esempio "*la m.d.p. [macchina da presa] avanza fra gli scaffali come in soggettiva*", in generale offrendo al "padrone" del set una visione di quello che dovrà girare. Perché è proprio questa l'essenza (e la sfida) di una sceneggiatura: far vedere la storia a chi deve realizzarla ("*Show, don't Say!*" recita infatti uno

³²³ Per quanto riguarda le descrizioni dei luoghi (arredamento, spazi esterni, ecc.) e gli elementi estetici dei personaggi in scena (vestiti, accessori, trucco, ecc.) lo sceneggiatore sceglierà di mettere in evidenza in sceneggiatura gli elementi più rappresentativi, quelli che hanno un ruolo narrativo essenziale.

slogan per sceneggiatori) e fare in modo che veda il più possibile quello che sta vedendo lo sceneggiatore, evitando indicazioni vaghe che potrebbero non essere decifrate in modo corretto. Letta in questi termini la sceneggiatura si configura come un'opera *al servizio* di qualcun altro, anche se poi il procedimento di scrittura *per l'altro* è connaturato nel lavoro stesso (“*in realtà poi tu scrivi e manco ci pensi a questo... raccontami la tua storia*” afferma infatti Giovanni). Consideriamo l'affermazione che segue circa la modalità di scrittura *per* gli altri:

“sai, a scuola di sceneggiatura ti insegnano a scrivere il più possibile, dettagliatamente, in modo che il regista capisca come tu l'hai immaginata, perché poi comunque noi vediamo no? non è che scriviamo così: noi vediamo una scena, quindi cerchi di descriverla il più possibile dettagliatamente [...] io son convinto che all'inizio, sette anni fa, scrivevo meglio letterariamente! Probabilmente ora scrivo meglio in funzione della fattibilità di un progetto, cioè se prima scrivevo sette righe per descrivere una situazione, abbondando in aggettivi che non si vedevano o che comunque magari ti aiutavano, aiutavano l'attore o aiutavano lo scenografo; adesso so che l'attore non ha bisogno di essere aiutato perché tanto cane è e cane rimane! lo scenografo farà comunque di testa sua! il regista sarà preoccupato per altre cose che a pensare di leggere bene la sceneggiatura, e quindi alla fine forse sono diventato un po' più cinico” (Roberto).

Roberto evidenzia in questo passaggio come la teoria della scrittura (il fatto che a scuola si insegni ad essere prolissi per *aiutare* chi arriva dopo a visualizzare la storia allo stesso modo) si scontri poi con il cinismo della pratica e con una creatività, direi, per sottrazione: siamo, forse, nuovamente nel terreno dell'alibi di cui ho parlato a proposito della difficoltà dello sceneggiatore a proporre idee originali. In quel caso l'artista sembrava adagiarsi nella comodità del lavoro su commissione; qui invece la convinzione che al testo da lui/lei prodotto non sarà riservata la dovuta attenzione e che le varie figure sul set “*faranno comunque di testa propria*” lo porta ad essere più approssimativo nel suo lavoro, ad approfondire meno i dettagli, in definitiva ad essere meno creativo.

A risollevarlo dalla *debacle* è ancora una volta l'abitudine a scrivere insieme ai colleghi, perché se, come detto, questo è uno dei pochi momenti in cui lo sceneggiatore è solo con il proprio lavoro (nella fase di stesura dei dialoghi il lavoro si parcellizza anche presso i team di scrittura più affiatati), è pur vero che sempre da questi confronti scaturiscono le modalità creative più fruttuose. Come racconta qui di seguito anche Enzo:

“quando si scrive insieme, o si scrive a blocchi, cioè io la prima tu la seconda, oppure si fanno a scene io dai punti uno-30, ti dai punti 31/60, oppure io mi seguo tutto il filone dei maschi, lui dei camionisti e tu che sei diciamo una ragazza più poetica, più sensibile, ecc. ti segui le dinamiche familiari... Poi si rimescola, quindi adesso siamo nella fase del rimescolamento; rimescolando ti accorgi che qualcosa, qualche dinamica, qualche conflitto, che funzionava molto sulla carta a livello di trattamento, cioè che funzionava in un romanzo, trasferito in questa forma ibrida, particolarissima, che prelude all'immagine,

che è la sceneggiatura, può non funzionare allo stesso modo e allora va introdotto qualche mutamento” (Enzo).

È interessante notare come questo tipo di frammentazione creativa, che di fatto contribuisce ad uno smembramento della figura dell'autore, insieme alla successiva revisione incrociata che sottopone lo sceneggiatore al giudizio di un “controllore”, seppur suo pari e collega, non rappresenti una minaccia all'identità autoriale bensì un motivo di miglioramento al lavoro stesso. È la sensazione di lavorare insieme per il bene di un progetto comune, di de-costruire qualcosa di proprio e ri-costruire sulle ceneri di ciò che è andato perso, ma di sapere sempre esattamente che quello è il frutto di un lavoro comune, poco importa in fin dei conti se mio o tuo. Mi sembra pertinente al riguardo il brano che segue:

“l'obiettivo comunque è che alla fine funzioni, perché è un grande sollievo quando funziona, è un'ottima notizia, perché una puntata che non funziona può farti non dormire [...] Noi ad esempio avevamo ‘sta sesta puntata che c'è costata tantissima fatica, noi avremmo potuto sbolognarla così, ma non funzionava, non c'era niente da fare... poi dopo tantissimi tentativi è uscita fuori ed è stato un sollievo per tutti perché noi si stava male... e quindi che scriva uno che scriva l'altro l'importante è arrivare ad un punto finale per cui ci soddisfi a tutti” (Alessandro).

In tal senso la possibilità di condividere il peso autoriale dà “sollievo” perché dalla somma di più teste creative è più facile che esca una soluzione che soddisfi tutti (e che, si spera, piacerà al pubblico). Anche in questa fase però la condivisione autoriale può rivelarsi invasiva e minare così la pulsione creativa del singolo: questo accade in occasione dei cambi in corsa degli sceneggiatori. Ho già evidenziato la possibilità da parte dello sceneggiatore di “sfilarsi” da un progetto o da parte del produttore di allontanare un suo collaboratore. Si tratta di una pratica squisitamente televisiva: nel caso delle miniserie e delle serie brevi spesso cambia l'intera squadra di scrittura, per le serie lunghe invece può capitare che la produzione imponga una collaborazione con un altro sceneggiatore se la puntata si è arenata ad un punto morto e lo sceneggiatore è incapace di proseguire il suo lavoro da solo. Il primo caso è più frequente del secondo. Consideriamo la constatazione di Mario:

“capita spesso in questo lavoro: avevano già scritto le puntate e sceneggiate, poi ce le hanno date e abbiamo riscritto daccapo [...] in realtà buttando, teoricamente rimettendo mano... non abbiamo mantenuto manco la bibbia! Cioè questo per esempio nonostante che l'ho fatto, non è giusto da un punto di vista autoriale [...] Butta tutto sennò ti denuncio e ti faccio un culo così, invece no: [...] ci si è messi d'accordo e loro firmano con noi. Si fa così normalmente, è una prassi abituale: a me difficilmente è capitato di firmare una cosa da solo, o perché mettono le mani dopo che ho fatto io o perché mettono mani prima...” (Mario).

In sintesi, queste sovrapposizioni autoriali possono avvenire in due modi: per affiancamento, per cui uno sceneggiatore viene chiamato per “riaggiustare” una

sceneggiatura zoppicante (questa figura esiste da sempre anche nel cinema, era il cosiddetto “sceneggiatore da pronto soccorso”), o direttamente per sostituzione; può pure capitare che ad un iniziale (e fallimentare) affiancamento – che crea nello sceneggiatore affiancato una condizione di stress emotivo e di frustrazione – segua una sostituzione. Il punto è che come sottolinea più sopra Mario questa “*prassi abituale*” dell’avvicendamento (e della trasmissibilità del testo) crea delle situazioni poco chiare “dal punto di vista autoriale”: perché non si tratta più di arrivare insieme alla soluzione creativamente migliore, bensì di lavorare per sedimentazioni di lavoro isolate. In entrambi i casi, quindi, alla fine non si sa più chi ha scritto che cosa ma per motivi diametralmente opposti: da un lato, per via di uno scambio autoriale totale ed una creatività individuale che si alimenta di quella degli altri e in essa si disperde; dall’altro, per una mancanza di comunicazione sul testo ed un accumulo sterile di riscritture rispetto alle quali le parti creative si limitano a trovare un accordo sulla paternità formale dell’opera e la relativa gestione dei diritti.

5.5. La storia in fuga: un’autorialità “a responsabilità limitata”

Fino a qui ho considerato l’autorialità come forma di condivisione creativa, operazione di scambio, mediazione e conflitto tra quei soggetti che condividono una stessa professionalità, che è quella inerente alla scrittura drammaturgica. Ho cioè analizzato il testo nelle sue successive elaborazioni (idea, soggetto, trattamento o bibbia, scaletta e sceneggiatura) come un artefatto prodotto all’interno di un team di sceneggiatori, svelando una doppia forma di frammentazione del concetto di autore già presente nelle dinamiche “intra-gruppo”:

- (1) una frammentazione di tipo orizzontale, tra sceneggiatori che condividono le medesime mansioni (o quasi);
- (2) una frammentazione di tipo verticale, tra sceneggiatori che hanno potere e forza diversi di incidere sul prodotto e sulla sua cifra stilistica, a seconda della mansione che svolgono all’interno del «*project team*» [Ryan, 1992].

Ciascuna frammentazione autoriale può portare a modalità creative caratterizzate in positivo – forme virtuose di cooperazione, di scambio e di vitalità professionale – o viceversa in negativo – forme distorte di creatività stratificata e di autorialità svilita, negata, usurpata –. A ciò si aggiunge il fatto che la questione non chiama in causa i soli sceneggiatori, ma coinvolge un certo numero di soggetti (artisti e non). In questo paragrafo mi occuperò nello specifico di come la questione autoriale si giochi anche, e forse soprattutto, su un piano “extra-gruppo”, attraverso richieste, suggerimenti, ordini impliciti, indirizzati allo sceneggiatore da attori sociali diversi (la rete, il produttore, il regista, ecc.), e infine cambiamenti di cui egli viene a conoscenza solo a prodotto confezionato (ovvero quando gli viene consegnato il dvd per la visione e non si può più far niente se non dire, come ironicamente sottolinea Giulia, “*vorrei solo mettere a verbale che io non l’avevo scritta questa cosa*”). Nel primo caso la missione

creativa dello sceneggiatore è piegata al servizio delle cosiddette “note” e si sostanzia nelle revisioni che è chiamato a fare sul proprio materiale scritto, in ottemperanza alle richieste esterne; nel secondo invece chi scrive ha già concluso il suo lavoro ed ha ceduto il testimone ad un nuovo soggetto autoriale, il regista, che interpreta il testo e lo riproduce all’interno di uno spazio lavorativo, il set, che è la sua casa e il suo regno. In entrambe le situazioni vediamo farsi strada quella forma particolare di autorialità che più tipicamente contraddistingue l’identità sociale che indossa lo sceneggiatore televisivo: l’autorialità progressivamente diffusa si fa autorialità “a responsabilità limitata” (“*quello che manca in opposto alla struttura anglosassone è il principio di responsabilità, nel bene e nel male*” conviene Alberto). In questo paragrafo mi propongo innanzitutto di raccontare il luogo fisico (le riunioni) e simbolico (le note) in cui si sostanzia questa frammentazione nei termini non più di una condivisione creativa bensì di una dispersione dei meriti e delle colpe; in secondo luogo, mi propongo di catalogare i tipi più frequenti di revisioni che lo sceneggiatore è chiamato ad apportare a quel testo che, in ultima battuta, non è più *suo*.

5.5.1. *Pratiche di controllo: note di revisione e riunioni*

Calato in una precisa architettura di potere, uno spazio disciplinare a mo’ di Panopticon di Bentham, lo sceneggiatore sa, a qualunque livello lavori, di essere sotto monitoraggio costante, oggetto quasi di “*un controllo ossessivo*” (Diego). Non si tratta semplicemente di una questione di dovere morale (e di un controllo astratto), per cui il singolo sa di avere un referente, che è prima il suo committente (chi lo paga) e poi il suo pubblico (chi lo guarda), ma di una supervisione tangibile sull’operato dello sceneggiatore, una supervisione che dà (ai “controllori”) ampia facoltà di intervento. Si potrebbe anche affermare che il “terzo sé” dell’autore di cui parla Foucault, quello che «spiega il significato del lavoro, gli ostacoli incontrati, i risultati ottenuti, e i problemi rimanenti» [1969: 112], è un sé situato anche al di fuori dello sceneggiatore, e interpretato sia dai colleghi (come visto nei paragrafi precedenti) sia da altri soggetti che prendono parte al processo produttivo: se nel primo caso la relazione è prima di tutto di tipo collaborativo, nel secondo caso quel terzo sé che problematizza e mette in discussione può assumere una valenza “limitante” o “impositiva”.

Questa limitazione che arriva dall’esterno si respira alla conclusione di ogni *step* del lavoro di scrittura e corrisponde al processo di *dare le note*, che hanno sullo sceneggiatore quasi lo stesso effetto di quelle scolastiche sull’alunno: mettono all’angolo il destinatario e lo esortano ad un cambiamento di condotta. Croce e delizia per chi fa questo mestiere, «fastidiosa maledizione» e al tempo «necessaria disgrazia» [Caldwell, 2008: 219], le note si caratterizzano come una «forma industriale di analisi critica [...], una comunicazione diretta *vis-à-vis* piuttosto che una pretesa intellettuale, [...] basata su ideali artistici ed economici su come un film *dovrebbe* funzionare» [*ibidem*: 216-217]. Lo sceneggiatore dunque: ne riconosce la necessità dal momento che “*il più delle volte riscrivere aiuta*” (Lucrezia), soprattutto nella lunga serialità (dove un occhio esterno può cogliere incongruenze e punti deboli più di uno che è troppo immerso nella storia per accorgersene); ne invoca la presenza laddove siano latitanti (“*non è una bella*

libertà perché [...] tu stesso non hai un referente” spiega ad esempio Guido che si è trovato a lavorare in una condizione di anarchia dovuta ad inesperienza produttiva); nella maggior parte ne addita l’eccessiva pedanteria e invasività, in modi e forme che chiarirò in questa e nella prossima sezione.

La forma della nota può essere sia orale che scritta, spesso è prima l’una e poi l’altra: la nota del primo tipo è meno meditata e più diretta nei toni (“*di solito le riunioni cominciano con qualcuno che inizia a dire ‘questa puntata fa schifo!’*” conviene Lucia), mentre quando si passa alla forma scritta (si vedano i due esempi riportati nella tabella 4.4. alla fine di questa sezione) lo stile è più formale, espresso nei termini del “suggerimento agli autori” più che dell’imposizione: abbondano le espressioni garbate (“*suggeriamo*”, “*riteniamo*”, “*avvertiamo la necessità*”, ecc.), le esortazioni vaghe³²⁴ e i modi formali; e il documento assume una forma organica e standard in cui prima vengono messi in luce i punti di forza e gli aspetti positivi del racconto (riassunti in poche righe) e poi si passa ad esaminare i problemi da risolvere, dai più generali alle annotazioni puntuali sulle singole scene.

Il procedimento attraverso cui vengono date le note invece è il seguente: le parti (lo sceneggiatore, il produttore, e tutti gli esecutivi del network coinvolti nel progetto) si incontrano in riunione dopo la consegna della bibbia/trattamento e dei soggetti, poi delle scalette, quindi delle sceneggiature e delle rispettive revisioni; ognuno esprime i propri dubbi, perplessità, commenti sul lavoro svolto e visionato fino a quel momento; in genere alla riunione (che può durare da un paio d’ore a tutta la giornata) fa seguito un documento “ufficiale” che i *producers* (di Rai Fiction o R.T.I.) inviano al produttore indipendente, il quale lo gira allo sceneggiatore principale di un film-tv o di una miniserie o al capo-progetto di una serie che lo recapita a sua volta agli sceneggiatori di puntata. Ma può anche accadere che non vi sia nessuna comunicazione scritta: lo sceneggiatore prende appunti durante la riunione e poi, sempre nel caso della serie, li comunica, sistematizzati, ai suoi “sottoposti”. Come pure capita che vengano prodotti più documenti di questo tipo durante la stessa fase: le case di produzione che hanno un proprio reparto editoriale interno fanno infatti precedere alle note della rete quelle redatte dai propri story-editor; diversamente, le case di produzione più piccole o che non si avvalgono di editor interni procedono ad una revisione preliminare più sommaria e comunicano allo sceneggiatore le proprie osservazioni in modo informale, a voce.

Questa accumulazione di richieste derivante da centri di potere diversi crea un effetto di ridondanza del controllo e un senso di disorientamento nello sceneggiatore che non sa più a chi dare retta. Spesso infatti si tratta di note in contraddizione tra loro che costringono chi scrive a rimettere mano più volte allo stesso materiale. Così l’esperienza insegna ad assecondare i diversi punti di vista e suggerimenti secondo un ordine decrescente di potere riconosciuto che quasi sempre tiene in conto prima delle richieste della rete, poi della struttura fiction e da ultimo del produttore (soprattutto se si tratta dei suoi editor). Di seguito Elena riferisce su questo punto:

³²⁴ Sarebbe interessante un’analisi sul significato che assumono espressioni tanto vaghe nella condivisione di un sapere pratico tanto specifico. Penso, solo per citarne alcune, a frasi del tipo “*colorare e dare più slancio*”, “*dare maggiore incisività*” e all’uso di verbi quali “*scaldare*”, “*asciugare*”, “*seminare*”, “*accreocere*”.

“l’editor del produttore lo puoi bypassare no? Ci sono questi ragazzi che lavorano coi produttori che chiaramente seguono i vari progetti che ti dicono ‘sì però...’ [in falsetto]: nel mio caso con tutti gli anni che ho alle spalle, le cose che ho fatto, dico ‘senti, interessante, adesso sentiamo quello che dice la rete poi ne riparlamo perché sennò tu mi fai cambiare una cosa che poi loro mi fanno cambiare un’altra volta, quindi aspettiamo’... e questa cosa ormai si è abbastanza appurata, sennò una volta c’è stato un momento in cui riscrivevo le cose a random perché quella chiunque, quella mi diceva una cosa... per non dirti di alcune produzioni, tipo la Lux Vide, che hanno una linea editoriale così prepotente no? quella comunque di evangelizzazione delle masse, per cui ti arrivano note da chiunque: ti fa la nota l’editor, ti fa la nota il produttore, te fa la nota il loro parroco di fiducia, e il prete e la curia...” (Elena).

Se ne ricava una gestione coerente di controllo autoriale del prodotto che rifiuta le sterili riscritture e cerca di vagliare nel ventaglio di suggerimenti quelli effettivamente da seguire (sulla base della gerarchia produttiva). Da questo estratto emerge poi un controllo di intensità diversa da parte del produttore per cui si lavora. Collocando in un continuum le diverse situazioni possibili troviamo, ad un capo, una mancanza di potere da parte della casa di produzione che si riverbera in un controllo totale del prodotto da parte della rete – è il produttore del tipo che *“se Rai e Mediaset sono contenti loro sono contenti, se loro non sono contenti lui anche se t’ha detto che è bellissimo ti dirà ‘no effettivamente c’hanno ragione loro devi cambia’”, cioè alla sua autonomia ci rinuncia molto volentieri in cambio appunto del contratto*” conviene Sergio – e, all’altro capo, una gestione quasi del tutto interna, in cui la rete incide pochissimo sulle linee della storia (*“noi le note che ci arrivano dagli story editor di Mediaset, sì contano, ma contano relativamente, perché siccome Valsecchi è molto autorevole, noi abbiamo le spalle più coperte”* afferma Marina). A metà strada possiamo collocare produzioni che lavorano a strettissimo contatto con la rete e che al tempo stesso esercitano un altissimo controllo sui propri prodotti (è il caso della Lux Vide cui faceva accenno Elena, nota per un controllo sui propri prodotti atto a preservare una linea editoriale rigidamente vicina al Vaticano e ai principi cattolici). È ovvio che più ci si avvicina all’estremo in cui il produttore esercita in modo capillare un controllo sui propri prodotti, più questi potrà a buon diritto essere considerato il principale “autore” di una fiction, riconoscibile per una certa cifra stilistica, per il tipo di tematiche affrontate e per il modo in cui vengono presentate allo spettatore: in questo Valsecchi costituisce un caso unico nel nostro Paese (*“nessun altro produttore ha questa forma di attenzione al prodotto”* conviene tra gli altri Matteo); negli altri casi invece la produzione, proprio perché dipende economicamente dal *broadcaster*, tende ad allinearsi alle esigenze di quest’ultimo e a lasciare più spesso solo lo sceneggiatore nella difesa delle sue scelte creative.

L’effetto di ridondanza delle note più sopra esposto si trasforma in un *“effetto accerchiamento”* (Marta) in sede di riunione per la revisione: le riunioni sono il momento in cui gli sceneggiatori si trovano a confronto con altri soggetti produttivi e sentono “minato” il loro apporto autoriale, da parte spesso di persone a cui non riconoscono autorità creativa. Spazio *off-limits* per un *outsider* questi incontri vengono raccontati come un campo di conflitti non ancora ripulito del

politically correct di cui si ammantano le successive note³²⁵. Riporto di seguito due brani in cui gli sceneggiatori descrivono il senso di inferiorità (prima di tutto numerica) dell'autore in queste occasioni:

“È sbagliato che un autore si sieda a un tavolo dove ci sono tre editor Rai e minimo tre o quattro della produzione: e fai uno a sette... tu dici ‘na parola e loro sette! Sarai sempre... non perdente, perché non è un fatto di vincere e perdere, ma non c'è un dialogo vero, non è un dialogo questo, questo è un processo, quindi non ha senso” (Giovanni).

“Praticamente oggi le sceneggiature, delle serie in particolare – perché [...] nelle miniserie c'è molto più rispetto – la sceneggiatura è ritenuto un grande secchio spesso della spazzatura, in cui ognuno può mettere le mani, cavare, togliere, mettere [...]. Nelle miniserie è tutto differente, sono veramente rapporti molto più semplici, con appunto registi, produttori, ma con meno gente... quando tu hai una serie devi discutere, ti presenti alla Rai e c'hai di fronte lo stato maggiore: hai il funzionario con il suo vice, hai il responsabile della rete con il suo vice, hai la segretaria cioè hai a volte anche dieci persone che stanno lì e che attaccano perché prendono lo stipendio...” (Ernesto).

Diversamente quindi dai momenti di condivisione autoriale con i colleghi, nel rapporto con le reti – soprattutto se si tratta di una serie lunga – non sembra esserci un vero e proprio scambio creativo: perché non c'è “*un dialogo vero*” ma piuttosto lo sceneggiatore si sente sotto “*processo*” per cui di conseguenza si mette sulla difensiva; e perché manca il rispetto per il suo lavoro (la sceneggiatura è descritta da Ernesto come un secchio della spazzatura) per cui ognuno si sente in diritto/dovere di “*attaccare*” e “*mettere le mani*”. A ciò si accompagna l'incapacità di riconoscere dignità creativa ad alcune figure della struttura fiction dei *broadcasters*, in particolare al “*tanto odiato editor, il nemico numero uno di ogni sceneggiatore*” (Dario). Si veda l'estratto che segue:

“Io li ho conosciuti quasi tutti gli editor in Italia nell'arco di questi 15-20 anni: ho visto segretarie con l'upgrade ad editor, ho visto tutte le tipologie di editor, oppure gente che veniva proprio da altri misteri e diventava editor senza aver fatto... senza aver scritto delle storie prima, perché secondo me se non hai scritto delle storie, se non ti sei confrontato con i problemi che comporta la scrittura di una storia, ma ti sei limitato a leggere i manuali di sceneggiatura senza vederlo da dentro che problema c'è poi nell'attuarlo, non sei un editor! Io la prima domanda che faccio quando mi confronto con un editor è se è anche uno sceneggiatore, perché se non lo è, nulla di quello che lui dice m'interessa, perché non può capire...” (Federico).

Quello dell'editor (di rete) è senza dubbio il mestiere più mal digerito di tutta la lunga catena produttiva da cui scaturisce una fiction. Il problema è dato dalla fatica a riconoscergli una funzione creativa (la maggior parte degli editor non ha

³²⁵ Sulla negoziazione dell'accesso alle riunioni di revisione e sulla mancata partecipazione rimando alla nota metodologica.

mai scritto una sceneggiatura) e dalla convinzione che si tratti di un compito mal interpretato dai suoi esecutori: quello dell'editor, secondo la maggior parte degli intervistati, dovrebbe essere infatti un lavoro, letteralmente, di *editing*, ovvero di controllo del racconto dall'esterno, un esercizio maieutico che faccia emergere problemi e indichi soluzioni allo sceneggiatore senza imporre né la propria idea né il proprio gusto.

Dal discorso di Ernesto più sopra riportato emergeva inoltre una differenza di "controllo" tra la lunga serialità e i formati non-seriali o di serialità breve, con questi ultimi caratterizzati in genere da una pressione e da un numero di "controllori" minore. A questo distinguo ne aggiungerei un altro: uno scarto di potenziale creativo/autoriale tra i prodotti per le reti ammiraglie e quelli per le reti "minori" o per il satellite.

Per quanto riguarda i prodotti distribuiti dal *broadcaster* che non vanno in onda in prima serata su Raiuno o Canale Cinque, la maggior libertà creativa concessa allo sceneggiatore è data dalla minor aspettativa di *share* per quella rete: la contropartita naturalmente è un budget minore, elemento però che quasi mai spaventa lo sceneggiatore, ma ne stimola invece la ricerca e l'innovazione. Nel caso del satellite poi, il fatto di rivolgersi per definizione ad un pubblico di nicchia crea un'aspettativa da parte dello stesso canale di avere tra le mani un prodotto che sarebbe considerato troppo "hard", per contenuti, stile, tecniche di regia, trovate stilistiche, per andare in onda in chiaro: la libertà in questo caso è pressoché totale con un controllo editoriale minimo, vista anche la poca esperienza dei canali via cavo italiani nel settore fiction e la maggiore snellezza di rapporti (non c'è una struttura preposta alla fiction). Sono quindi spazi che seppur limitati in proporzione al monte ore di fiction annualmente prodotto consentono di incidere sull'opera con una cifra autoriale più marcata.

In sintesi, il coinvolgimento di altri soggetti nell'arena autoriale televisiva porta l'autorialità, già frammentata a livello intra-gruppo, ad essere sottoposta ad un processo di revisione, che sarà a breve approfondito nei suoi contenuti, variabile a seconda della casa di produzione, della fase di scrittura in cui arrivano le note, del formato della serie e della sua collocazione in palinsesto, come pure della stima di cui gode lo sceneggiatore stesso e della sua capacità di "tenere testa" ai suoi interlocutori.

Tab. 4.4. Esempi di note di revisione (note della rete e appunti dello sceneggiatore)

DA: XXX XXX - RTI	
A: XXX XXX XXX XXX XXX XXX	
PC: XXX XXX XXX XXX XXX XXX XXX XXX	
	Roma, 29/XI/05
	Note alle scalette 3/4/5 di XXXXXX
	<u>VISIONE D'INSIEME</u>
	La lettura degli elaborati conferma gran parte delle impressioni già suscitate in occasione delle precedenti consegne.
	In linea generale, si conferma la sostanziale validità del progetto; entro, però, e non oltre, i limiti fissati dalla drammaturgia familiare – le pareti di casa, insomma. Altrove, infatti, emergono tracce di un'identità di serie ancora non trovata.
	La serie è organizzata in modo non convenzionale per gli attuali standard italiani, e tale adattività porta con sé diversi problemi. AC è infatti basata su una linea orizzontale di sicura pregnanza (la storia familiare), ma i cui contorni non possiedono sufficiente dinamica buona a carburare seicento minuti di film (nella precedente stesura la storia dei travagli di Giulio poteva apparentemente e parzialmente sopprimere a questo problema; salvo aprirne altri ancora più gravi). La serie deve quindi dotarsi di casi di
	Appunti sulle riunioni in Rai per "XXXXX"
	In generale: Calmare e dare più spazio alle sue puntate nel complesso. Evitare ogni riferimento a luoghi realmente esistenti, a film di cui la Rai non possiede i diritti, ecc...
	<u>Michèle</u>
	- Tagliare del tutto o rivedere a fondo il suo rapporto con la poesia: perché ama le poesie? Perché quel tipo di poesia?
	- Per la stessa ragione rivedere la scena alla Galleria d'Arte Moderna (prima uscita con Elena) ed in particolare le battute di Michèle dopo la performance. Valutare il rischio che Michèle diventi troppo "intellettuale", troppo distante dal pubblico che lo deve amare.
	- Rapporto Michèle/Luca: Luca è il piccolo di casa, Michèle dovrebbe essere più protettivo nei suoi confronti, più attento alle sue esigenze (è stata proposta una scena di Michèle che aiuta Luca a fare i compiti o simili).
	- A Giulia non piace "che c'azzeca", troppo manieristico.
	- Ampliare il confronto Michèle/Caterina nel 1° Ep. con una scena in più che aiuti il pubblico ad entrare di più nel rapporto padre/figlia e nella storia di questo rapporto e che giustifichi maggiormente il disastro di Caterina di non rivedere subito il padre dopo il suo scontro. Inoltre, anche per evidenziare l'importanza della presenza di Caterina nella famiglia, Salvi, è stata proposta una scena in cui Michèle richiama all'ordine i figli dopo la partenza di Caterina, mettendoli di fronte alle loro nuove responsabilità.
	- Rafforzare il rapporto Michèle/Alida, che appare ancora troppo debole. Creare tra i due maggiore intesa/confidenza. E' stato giudicato un rapporto che pousse una non dà. Forse Michèle si confida in modo più profondo con Alida a proposito di Elena?
	- Michèle/Elena. E' il rapporto d'amore principale, quindi va rafforzato, soprattutto di "ragioni": le ragioni di Elena e soprattutto quelle di Michèle. Perché si innamora proprio di lei? Che cosa lo attrae in una donna tanto diversa da lui? Che cosa vede in lei? Che cosa gli

Fonte: per gentile concessione di Giulia

5.5.2. Contenuti del controllo e tipi di revisione

Chiarito che cosa siano le note, quale registro linguistico utilizzino, e da chi provengano, approfondito il momento ad esse collegato (le riunioni di revisione), mi propongo in questa sezione di riflettere sulla natura delle modifiche richieste allo sceneggiatore per meglio valutare l'impatto che hanno sul suo lavoro e la "stretta" autoriale che generano. Ho individuato cinque principali tipi di revisioni che possono essere apportate alla storia e che possono essere così definite: revisioni di ideazione; revisioni di azione; revisioni produttive; le cosiddette "pezze" di revisione; e le revisioni anonime. Seguendo il filo conduttore di questo capitolo, costituito dall'autorialità dello sceneggiatore e dal suo apporto creativo al prodotto, quel che mi interessa evidenziare dei momenti di revisione è il modo in cui vengono vissuti e rielaborati dagli sceneggiatori, il peso che assumono nell'economia della storia scritta, le ricadute che hanno sul sentimento autoriale.

Le revisioni di ideazione innanzitutto vedono coinvolti, e contrapposti, due soggetti: lo sceneggiatore e il *broadcaster* (Rai, Mediaset e di recente Sky e Fox), nella sua doppia veste di distributore e produttore; oppure lo sceneggiatore e il produttore indipendente. Si tratta senza dubbio delle revisioni più consistenti, che riguardano le linee drammatiche del macro-racconto: in genere sono legate alle note che seguono la stesura della bibbia e dei soggetti di puntata, ma possono protrarsi fino in sede di sceneggiatura, richiedendo la riscrittura all'ultimo minuto di intere linee narrative lungo tutto l'arco delle puntate. Sono quindi note che stravolgono l'essenza stessa del racconto originario e possono riguardare i personaggi, il tono della storia, il *politically correct* inseguito ad ogni costo (*"dev'essere tutto garbatamente soporifero"* conviene Matteo) insieme al più classico degli *happy end*.

Per quanto riguarda i personaggi il network reclama soprattutto la necessità di dare al pubblico il cosiddetto "personaggio aspirazionale", al quale fare riferimento, da prendere a modello, un eroe positivo dalla parte del quale potersi schierare: la preoccupazione costante è rivolta quindi all'immedesimazione dello spettatore nella storia. Marta si è trovata alle prese con un problema simile:

"Insomma, per fartela breve, ci dicono [la rete] che ci vuole un personaggio, una ragazza ingenua, da me soprannominata La donzelletta che vien dalla campagna... è proprio una sorta di dictat, come dire... loro sono convinti – poi chissà chi ha ragione, chi torto, non lo so – che il pubblico deve avere il personaggio aspirazionale... allora, diciamo non c'è una ragione o un torto nel senso che nessuno lo sa che cosa vuole il pubblico, perché se ci fosse qualcuno al mondo che lo sapesse si produrrebbero solo dei grandi successi" (Marta).

Questo ha come diretta conseguenza una certa fossilizzazione in profili psicologici semplici e standardizzabili (*"la donzelletta che vien dalla campagna"*) e che abbiano sempre qualcosa di "buono": c'è chi racconta di non aver potuto mettere in scena in un caso di puntata un giudice corrotto, chi sottolinea come *"se tu fai una serie in cui metti uno straniero, quello straniero alla fine dev'essere sempre buono"* (Franco), chi ricorda che *"abbiamo avuto una serie di problematiche con la polizia, perché l'idea di fare un commissario gay era un*

problema e l'unico modo per farlo passare è che questo personaggio per tutta la stagione non ha avuto una storia personale... è gay ma non si dice!" (Valerio). È evidente dunque che il problema non è soltanto quello di non scontentare il pubblico [Turow, 1982], ma anche di non offendere una certa categoria professionale (che nel caso delle forze dell'ordine ad esempio mette a disposizione i mezzi di trasporto e fa da consulente supervisionando i contenuti), o un partito, o la Chiesa, o il Moige (Movimento Italiano genitori) spesso protagonista di accese polemiche sui contenuti dei programmi in fascia protetta³²⁶, tanto che Lucia non ha dubbi quando afferma:

"la prima cosa trasgressiva se potessi comandare io, abolire il Moige... i bambini vadano a letto! Non possiamo in nome dei bambini rinunciare a un mondo di adulti, perché gli adulti devono porsi dei problemi e devono porsi delle domande serie" (Lucia).

Lo stesso tono di una fiction (commedia, melò, drama, ecc.) è frutto di mediazioni consistenti tra le parti dal momento che anche in questo caso il network tenta di inseguire un ibrido di generi che accontenti tutti mentre rinuncia del tutto ad altri generi poco generalisti o poco italiani (*"una fiction di fantascienza, che cavolo, in Italia non si fa!"* si lamenta Carla). Questo atteggiamento rientra nell'approccio conservatore attribuito alle reti: gli sceneggiatori da parte loro ritengono dannosa la tendenza a cavalcare filoni fortunati fino alla loro saturazione, omogeneizzando le storie e smussandone le caratteristiche salienti nella convinzione che attraggano un pubblico più cospicuo (l'intramontabile principio della tv generalista). Un atteggiamento che viene perseguito anche per quanto riguarda i finali di serie per i quali il network tende a svilire la possibilità del *cliffhanger* alla fine della stagione, del colpo di scena che funzioni da "gancio" per seguire il resto del racconto nella stagione successiva, preferendo (e quindi costringendo lo sceneggiatore che sviluppa la storia a) dare un epilogo compiuto almeno alle più importanti linee narrative nell'ultima puntata di ogni stagione; si tratta di una regola che si è imposta con la cosiddetta "serie all'italiana" e che, nonostante i numerosi e fortunati esempi stranieri (che vanno nella direzione opposta), non è stata abbandonata, anche perché il lancio di una seconda stagione di episodi non viene quasi mai deciso prima di sapere come andrà la prima (la posizione dominante è quindi: diamo al pubblico il finale che si aspetta perché non sappiamo se potremo accontentarlo con una nuova stagione l'anno prossimo).

Generalizzando, possiamo convenire che le revisioni di ideazione, che riguardino i personaggi, il tono della storia, la risoluzione dei suoi destini finali, assumono la forma di richieste da parte del network formulate sulla base di una «implicita teoria dell'audience» [Caldwell, 2008: 221] e di una conseguente politica dell'omogeneità e del rassicurante "*cut and copy*" [Pekurny, 1982]. Per scongiurare il pericolo dello zapping sembrano favorite «le situazioni facilmente identificabili, un certo monolitismo dei personaggi e le storie di rapido consumo,

³²⁶ «Uno dei casi più eclatanti scoppiò a proposito di *Elisa di Rivombrosa* per una scena d'amore fra i due protagonisti giudicata oscena: l'associazione arrivò a minacciare la rete di boicottaggio commerciale pur di ottenere garanzie di un maggiore controllo futuro» [Alvino, 2005/06: 16].

che rispondono al desiderio di divertimento piuttosto che alla curiosità di accedere a una rappresentazione del mondo più disturbante e meno normata» [Huet, 2005: 8].

Passiamo ora a considerare le revisioni di azione che riguardano nello specifico quel che accade nelle singole scene, quindi azioni e dialoghi tra i personaggi. Mentre le revisioni del primo tipo caratterizzano la fase pre-produttiva (quella di scrittura) con un'intensità via via discendente, questo secondo tipo avviene a partire dalla stesura delle scalette, con un'intensità che è massima al momento in cui si ricevono le note sulla sceneggiatura. Tali richieste possono arrivare, oltre che dal network e dal produttore, anche dal regista che in alcuni casi si incontra con lo sceneggiatore e fa le sue note, per cui l'ultimissima versione della sceneggiatura conterrà anche le sue osservazioni, come pure le indicazioni degli attori più influenti (che hanno facoltà di veto sulle svolte che riguardano il loro personaggio). Le revisioni di azione più comuni sono: spostamenti (in avanti o indietro) o soppressioni di scene; situazioni da modificare perché poco convincenti, ininfluenti ai fini del racconto, totalmente inappropriate e così via; appunti sui dialoghi. Si tratta indubbiamente delle note più "indigeste" per lo sceneggiatore, vissute come una vera e propria espropriazione del suo statuto creativo, dal momento che ai suggerimenti di modifica si accompagnano le relative soluzioni narrative: leggendo le note che mi sono state messe a disposizione, mi è parso evidente che i dialoghi fossero più che abbozzati e le scene del tutto riscritte dagli "esecutivi" di Rai Fiction e R.T.I. Ho raccolto su questo tipo di note un'ampia aneddotica, sospesa tra il veritiero e il leggendario: dai bambini che devono dire le preghiere prima di addormentarsi richiesti dalla produzione al vomito che in un pronto soccorso non si può mostrare perché allo story editor di turno il vomito fa schifo. Al di là degli episodi isolati (è naturale che lo sceneggiatore tenda a raccontare i casi che reputa più assurdi ed eclatanti), le maggiori polemiche in tal senso da parte degli autori sorgono intorno al suggerimento delle battute da mettere in bocca ai personaggi. Si veda quanto afferma al riguardo Roberto:

"l'editor ti legge le cose e ti mostra le incongruenze, no? è meno sano che un editor ti dica che cosa devi scrivere, la cosa che onestamente ci dava fastidio, ma te lo dico con molta franchezza, era che ci dicevano cosa dovevamo scrivere [...] questo non sta scritto da nessuna parte, perché tu mi puoi dire guarda questa cosa non funziona per questa ragione o per quest'altra ragione, ma dirmi non devi scrivere questa cosa non fa... poi sulla commedia è tutto opinabile... ma dirmi che questa cosa non fa ridere cioè significa che non fa ridere TE... allora il tuo senso dell'umorismo è relativo, questa cosa magari a mia madre o a un'altra persona fa ridere... e allora chi vince? Chi ce l'ha più lungo?" (Roberto).

Se nel caso delle note che ho definito di ideazione gli sceneggiatori riconoscevano quale costrizione alla loro creatività la paura del network (di perdere il proprio pubblico, di sollevare polemiche, di inimicarsi qualcuno, e così via), ora le note sui dialoghi (perché a questo si riducono in sintesi le note di azione) invadono letteralmente il terreno creativo dello sceneggiatore. Come nella fase di ideazione, anche qui avviene un esproprio di funzioni: lì erano figure

economicamente autorevoli a decidere del destino narrativo di una storia (dando l'input ideativo), qui sono soggetti più deboli creativamente ed economicamente (quelli che genericamente vengono definiti *editor*), ma inquadrati nella catena produttiva dell'organizzazione, ad assumersi un compito che per statuto non appartiene loro (quello di "riscrivere") applicando, secondo lo sceneggiatore, la discutibile categoria del "gusto" quale argomento difensivo ai cambiamenti da loro stessi suggeriti (Roberto sottolinea ad esempio la posizione dell'editor rispetto alle battute che non facevano ridere). È proprio per il fatto di sentirsi *"rubare il lavoro"* (*"A Mediaset l'ultimo stronzo di turno ti dice 'perché non gli fai dire ciao virgola come stai virgola ti trovo bene' che tu dici ma battetemelo voi a macchina, scusate!"* sostiene Giulia) che questo tipo di revisioni risultano a mio avviso come le più invasive in assoluto e le meno costruttive: questa forma di autorialità coatta impedisce un reale scambio fra le parti (l'editor si arrocca nella sua scelta creativa e lo sceneggiatore sente sminuito e maltrattato il proprio lavoro) e risulta deleteria per la creatività stessa, che non riesce a trovare la sua linfa, quella del contraddittorio che la caratterizza (si pensi ai battibecchi tra sceneggiatori durante i *brainstorming*).

È interessante inoltre notare che in entrambe le situazioni "revisioniste", per ovviare al rischio di stroncature troppo pesanti gli sceneggiatori applicano un meccanismo pericoloso per la creatività stessa: "pensano con la testa del funzionario". In altri termini, eliminano a priori tutti gli elementi che potrebbero non essere accettati dalla committenza e così facendo creano il terreno ideale per l'auto-censura o la censura preventiva. Durante le riunioni di *brainstorming* più volte ho sentito ad esempio uno sceneggiatore ribattere ad una proposta di un collega con un *"non ce la passeranno mai"* ed archiviare così una possibile trovata creativa, oppure viceversa, come di seguito racconta anche Franco, sottolineare che una determinata scena sarebbe stata molto apprezzata da questo o quel funzionario:

"noi siamo arrivati al livello ormai che scriviamo non pensando a quello che piace a noi, c'hanno dato fiducia a noi dovremmo scrivere quello che almeno piace a noi, noooo! Noi le nostre riunioni passano a dire penso che a XXXX [nome editor di rete] piace questo, allora facciamo così, cioè noi arriviamo a volte a scrivere puntate che poi vengono bocciate che a noi non piacevano perché speravamo, sapevamo, che era nel gusto di quella persona, perché siamo talmente stanchi di riscrivere cinque-sei volte la stessa cosa..." (Franco).

La creatività in questo caso non sembra essere al servizio della storia, bensì del network e *"il gusto"* dell'editor (più sopra condannato da Roberto) diventa la scappatoia per alleggerire le proprie incombenze lavorative ed evitarsi la noia o la frustrazione di dover *"riscrivere più volte la stessa cosa"*. Cioè a dire che anche lo sceneggiatore rinuncia alla sua *vis* creativa per mettere in atto strategie di semplificazione e alleggerimento del suo compito.

Di tenore completamente diverso sono il terzo tipo di revisioni, legate a problemi di ordine produttivo di vario tipo e quanto mai imprevisi (location che saltano, attori che si ammalano, tempi più compressi del previsto, ecc.), e vanno dal semplice spostamento di una scena dall'esterno all'interno all'eliminazione di

scene troppo costose, fino a riscritture anche sostanziose di alcuni personaggi. Si consideri il brano seguente:

“fino alla fine delle riprese un po’ si riscrive: magari qualche scena va riscritta o per esigenze di piano produttivo, perché non ci stanno dentro quindi hai bisogno di fare degli accorpamenti di scene o perché ti rendi conto che quell’attore proprio non funziona per cui anche lì provi a eliminare delle scene” (Alvise).

Diversamente dal primo e secondo tipo, queste revisioni non sembrano avere una ricaduta consistente sull’autorialità percepita dallo sceneggiatore ma vengono considerate come fisiologiche in un sistema complesso come quello della produzione di fiction, continuamente esposto all’imprevisto, ad un budget da far quadrare, a tempi che vanno rispettati. Sono quindi revisioni di mestiere che spesso avvengono a ridosso o durante le riprese per le quali lo sceneggiatore non riceve un compenso extra, nonostante il suo lavoro possa da contratto considerarsi concluso. Vorrei proporre un esempio concreto: in una serie tratta da un format straniero, tra i vari cambiamenti subiti nell’adattamento [Zanatta, 2009] c’è stata la riscrittura in corsa, a sceneggiature ultimate, di uno dei personaggi, interpretato nella versione originale da un anziano attore con un ruolo minore e affidato invece ad uno degli attori più noti del cast nella serie italiana. Questo ha creato la necessità di costruire *ex novo* una linea narrativa su richiesta dello stesso attore che

“dopo aver letto la prima puntata, siccome il suo personaggio aveva una grossa storia, ha accettato... però giustamente leggendo le puntate dopo ha detto ‘ma che è? io non faccio più niente!’... c’aveva ragione! Ma non dovevano scegliere XXXX [nome attore], o se sceglievano XXXX [nome attore] me lo dicevano prima. Io ho dovuto rilavorare tutte le puntate successive riscrivendo per aumentare il suo personaggio... va benissimo, perché lui è un bravissimo attore, è forse alla fine il migliore della serie, però mi è costato un lavoro immenso rispetto a una cosa... anche lì... fate il cast prima, oppure fatelo insieme a me, parliamone insieme, datemi tempo... non mi potete dirmi tra dieci giorni giriamo sta puntata dai sette scene in più a XXXX [nome attore], ma io che cazzo mi invento?” (Giulia).

La situazione descritta da Giulia, quella dello sceneggiatore che viene chiamato in extremis perché bisogna inventarsi qualcosa che stia in piedi dal punto di vista narrativo e bisogna inventarselo in fretta, è tipica di una fase che a mio avviso meriterebbe un’analisi più sistematica da parte degli studi sui media. Sto parlando del montaggio e di quelle revisioni che lo sceneggiatore identifica come le *pezze* perché consistono in una riscrittura dei dialoghi o in una risistemazione delle storie. Siccome *“c’è del materiale che non si può montare”* (Giorgio), la storia viene rielaborata sulla base del materiale disponibile come esplicitato nel brano che segue:

“ti chiamano e ti dicono ‘quel ragazzino doveva essere un tipo simpatico, no? C’hanno messo una faccia di merda insopportabile! E il padre? Pazzesco! non ci crede nessuno che sia buono!’. E quindi tu avevi una storia di un padre e di

un bambino molto carini ma sono così stronzi che tu devi raccontare la storia di un padre e di un bambino stronzi! Abbiamo dovuto riscrivere la storia da capo perché il casting era sbagliato, il regista non si sa che cosa gli aveva detto ma sicuramente niente di quello che doveva, quindi questi qua dicevano anche quelle battute ma non ci si credeva, era una storia che non si reggeva in piedi, per cui è stata rimontata tutta su totali in modo che non si vedesse il labiale e loro si dicevano delle altre cose...” (Angelo).

Va detto che questo tipo di revisione non sempre viene portato a termine dallo sceneggiatore: in genere il capo-progetto viene ri-chiamato nelle situazioni più tragiche appunto per riscrivere dei dialoghi, mentre al montaggio con il montatore stanno sempre il regista e il *producer* del broadcaster, l'unico di fatto a seguire un progetto lungo tutto il suo “farsi”. Per questo, gli sceneggiatori data la crucialità di questa fase rivendicano anche per sé il diritto di prendervi parte attivamente e non con semplici riscritture riparatrici. Ritengo che possiamo situare in questo luogo, dove si incontrano simbolicamente e materialmente le parole con le immagini, il vero tallone d'Achille dell'autorialità dello sceneggiatore: quello che viene a mancare è il suo *placet* sul prodotto finito, quello che in gergo si chiama “*final cut*” e che spetta al regista e – dato che siamo in televisione – al producer.

Se è particolarmente evidente la marginalità dell'apporto creativo dello sceneggiatore in fase di montaggio, va detto che la perdita di controllo autoriale parte da più lontano e si fa progressivamente più acuta. Il momento in cui lo sceneggiatore risulta del tutto espropriato dalla sua carica di “autore” è quando la sceneggiatura arriva sul set. È qui che prendono forma le revisioni cosiddette anonime, che non compaiono nell'ultima versione della sceneggiatura, quella “licenziata” e firmata dallo scrittore, ma vengono fatte *in fieri* senza discutere con il principale firmatario del testo, come lamenta di seguito Enrico:

“l'autore a un certo punto viene trattato come un appestato: sul set vige la regola che tanto il copione può essere cambiato! Se senti interviste di chi recita sui Cesaroni ti dice – li ho sentiti io – ‘sì ma noi le battute le cambiamo’; se senti Banfi dopo ‘Il padre della sposa’ [film tv, 2006] dice sì l'idea era mia poi l'hanno sviluppata gli altri, giustamente la sceneggiatrice ha detto se l'idea fosse stata sua, se il soggetto fosse stato suo, sicuramente avrebbe chiesto la firma ... c'è anche questo motivo qui di delegittimazione costante: arrivano, tanti i copioni sono delle cazzate, forse lo sono anche, però non credo che sia nel cambiamento che avviene sul set ad opera di imprecisate figure che si ottiene un miglioramento” (Enrico).

La *delegittimazione* di cui si parla qui, attribuita ad “*imprecisate figure*” sembra essere principalmente accreditabile al regista e all'attore. Il primo viene alternativamente considerato vittima dello stesso meccanismo anti-autoriale o additato come un “traditore” del testo scritto. Così, da un lato, le pressioni che il regista vive sul set, derivanti dalla produzione in apprensione per il budget da rispettare, dagli attori che “fanno le bizzze” e si rifiutano di girare determinate scene, dal tempo tiranno (soprattutto nel seriale), sono viste come il corrispettivo delle limitazioni alla scrittura: in una sorta di principio “giustificazionista”, un

“mal comune mezzo gaudio” dell’autorialità, lo sceneggiatore accetta i “soprusi” del regista come una scomoda occorrenza che trascende le reali intenzioni di entrambi. Dall’altro lato invece, il regista viene percepito come uno dei principali “nemici” del testo, accusato di non saper tenere il set, di essere in balia degli attori, di sacrificare la sceneggiatura per perseguire il tentativo di imprimere al prodotto un’estetica personale.

Mentre per il regista le riconosciute (e condivise) costrizioni del sistema si combinano ad una (storica) invidia autoriale data inconsciamente dal fatto di non sopportare di dover dipendere uno dall’altro, l’attore non riceve invece “sconti”: pur essendo la “faccia” del prodotto, colui che il pubblico riconosce, sceglie e ama, sul quale è costruito l’apparato promozionale del lancio di una fiction, lo sceneggiatore non gli riconosce una cifra autoriale e mal tollera le sue pretese di conoscere il personaggio che interpreta meglio di chi l’ha inventato (*“lunedì sono andata sul set ho dovuto calmare un’attrice in crisi isterica che non voleva girare una scena perché ha detto ‘il mio personaggio non farebbe mai questo’... e chi t’ha detto che il personaggio è tuo?”* esplode Rachele).

Dal momento in cui il testo arriva sul set, quindi, e vengono operate le revisioni (più o meno) anonime al testo, il principio ideale dell’autorialità condivisa si misura di fatto nella maggior parte dei casi con l’entrata in scena di una nuova autorialità, quella del regista: come se la spirale creativa, che dà il titolo al presente capitolo, trovasse il suo terminale ultimo nella sparizione dello sceneggiatore come autore. Consideriamo a titolo conclusivo il brano che segue:

“alla conferenza stampa di XXXX [nome serie], che abbiamo scritto in cinque, [...] quindi, neanche un gruppo immenso, il dottor XXXX [nome produttore] inizia a dire ringraziamo il regista XXXX [nome regista] di questo lavoro spettacolare che non sarebbe mai potuto accadere senza il lavoro di due grandi attori come XXXX e XXXX [nome attori protagonisti]... è andato avanti due ore a ringraziare chiunque pure la signora che portava i cestini, e poi la costumista perché era un lavoro chiaramente d’epoca, e poi lo scenografo, alla fine quando i giornalisti stavano già andando verso il buffet ‘ah e comunque là ci sono anche gli sceneggiatori eh!’... così... perché poi quando tu gli devi consegnare il materiale, che loro devono incassare i soldi dalla rete e quindi devono vendere [...] sei la pietra miliare della loro vita no? come amano te non amano nessuno... quando hai consegnato il lavoro arrivederci e grazie, chi si è visto si è visto, ciao ciao...” (Giulia).

Giulia celebra, con cinica ironia, la sparizione dello sceneggiatore dal processo produttivo prima e dalla memoria della troupe di lavoro poi. Il punto è che ciascuna delle forme di revisione descritta in questo paragrafo comporta una qualche perdita di potere dello sceneggiatore, in termini di creatività messa in campo: mentre le revisioni ideative e d’azione dipendono ancora direttamente da lui/lei che di fatto ha ancora la possibilità di negoziare (non senza fatica) il proprio contributo autoriale, le revisioni che avvengono sul set e in montaggio sono la cartina al tornasole di un’autorialità che da primaria si fa progressivamente secondaria o minoritaria. Come esporrò nel paragrafo che segue, non sempre e non indispensabilmente questo avviene.

5.6. «Dal letame nascono i fiori»: nuove storie di autorialità virtuosa

Fin qui ho cercato di ricomporre in un quadro coerente le storie raccolte su come un prodotto di fiction sia il risultato di un certo numero di documenti successivi redatti dallo sceneggiatore, ciascuno dei quali risponde a regole e costrizioni che ne limitano il potere autoriale, inibiscono e/o anestetizzano la creatività, generano situazioni di accettazione passiva, di autocensura, di frustrazione e senso di inferiorità, talora di aperto conflitto con altri soggetti produttivi. Come suggeriscono Newcomb e Lotz [2002: 76] focalizzarsi esclusivamente sulle relazioni di potere e le lotte che queste generano rischia di oscurare la natura collaborativa del lavoro stesso: per questo è importante non trascurare le occasioni di co-autorialità “pacifica”, perché i casi di collaborazione virtuosa costituiscono un fattore altrettanto importante nello sviluppo delle storie per il piccolo schermo [MacDonald, 2010]. Non solo, è proprio in questi casi che il principio dell’autorialità condivisa trova la sua realizzazione più positiva, perché più che di “responsabilità limitata”, invocata nel precedente paragrafo, si può parlare finalmente di “sforzo comune”. E dal momento che in queste situazioni, forse meno ricorrenti nei discorsi degli sceneggiatori eppure latenti quasi in ogni storia raccolta, l’autorialità del soggetto creativo risulta maggiormente preservata è bene dedicarvi uno spazio prima di tirare le somme di questo viaggio autoriale.

In questo paragrafo mi propongo in particolare di analizzare quella che ribattezzerei come la “strategia del bluff” messa in atto dallo sceneggiatore in fase di scrittura per difendere il proprio pensiero autoriale; per farlo è necessario concentrarsi su quei progetti nei quali l’autore-sceneggiatore lungi dal sentirsi limitato ha invece tratto beneficio della collaborazione con l’autore-regista.

È innanzitutto interessante registrare una via creativa alternativa che in alcuni progetti gli intervistati affermano di essere riusciti a cavalcare, che si può riassumere schematicamente come segue: il network o il produttore mi chiedono di inserire, modificare, omettere qualcosa, io sceneggiatore concordo con questa posizione e di fatto ottempero alla richiesta, ma in realtà non rinuncio a portare dentro al testo il mio punto di vista narrativo originario. Per questo ho parlato di “strategia del bluff”: perché il principio è proprio che fingo di darti quello che vuoi ma alla fine scrivo quello che mi pare. L’esempio che segue chiarisce in pratica come si attui questo meccanismo di tutela dell’autorialità da parte dello sceneggiatore:

“una volta scritti i sei trattamenti per le puntate, notare che lui [rif. al produttore] era stato entusiasta dei soggetti, non gli piaceva più... ma io volevo XXXX [nome serie] solo che ambientata a Palermo! [... l’intervistato racconta di mesi di discussioni, di trattative, di compromesso anche con la rete] alla fine loro approvano le sceneggiature e io le ricambio d’accordo con il regista un mese prima di cominciare le riprese: lo riporto più o meno a quello che era, perché so’ convinto che è più bello, che funziona; infatti i materiali che stanno venendo gli piacciono. Loro a un certo punto si sono sentiti rassicurati di alcuni punti di riferimento che secondo loro funzionano sempre rispetto al pubblico... Tipo la squadra... La squadra funziona sempre! [...] E poi: loro

volevano i casi di puntata io invece avevo costruito una storia che erano 600 minuti orizzontali, non c'erano casi di puntata, c'erano dei temi in qualche modo di puntata... Gli ho dato l'illusione dei casi di puntata con dei trucchi... Però poi i casi non ci stanno! [...] Non si conclude mai niente dentro queste cose. Quando XXXX [nome produttore] ha scelto il regista, il regista ha detto sì a me piace la cosa, però a me non mi interessa fare l'ennesima serie poliziesca, gli ho detto non te preoccupa... Poi ci siamo messi là, ci siamo accordati per una revisione in qualche modo clandestina... Tanto XXXX [nome produttore] non legge più niente, la rete era in qualche rassicurata dal fatto che dal versante XXXX [nome produttore] non arrivassero segnalazioni strane, un minimo di credibilità agli occhi loro ce l'eravamo fatta per cui erano moderatamente tranquilli [...] Lui non sa cosa stiamo girando, esattamente lui non lo sa, lo scoprirà quando sarà montato!" (Sergio).

Come si può cogliere dal racconto una strategia di questo tipo necessita per andare a buon fine di una certa professionalità dello sceneggiatore riconosciuta ai "piani alti", una conoscenza attenta del sistema e una consuetudine di lavoro con un produttore per cui gli stessi elementi narrativi che danno "sicurezza" agli investitori vengono canalizzati a proprio vantaggio (Sergio lo spiega bene a proposito dei casi di puntata che sembrano tali ma in realtà sono più che altro puntate a tema). Non è un caso se una strategia di questo tipo viene sapientemente applicata nel caso della soap: gli sceneggiatori sono consapevoli delle aspettative del network e ne tengono costantemente conto, ragionando in termini di obiezioni che potrebbero essere sollevate e di richieste precise da rispettare (dare più visibilità a un personaggio, farne uscire di scena un altro, trattare un argomento preciso o evitarne un altro, ecc.), e usano questo *know-how* incorporato nel tempo come strategia a proprio vantaggio per ideare situazioni che siano sì "inattaccabili" (e che quindi non necessitino di riscritture eccessive che rallenterebbero un ritmo di lavoro già di per sé stringente) ma che siano anche il risultato di uno sforzo creativo atto ad evitare soluzioni imposte d'ufficio dai responsabili di rete.

Consapevole dei paletti, l'autore accoglie la sfida di aggirarli creativamente, anche "a un prezzo di fatica mostruoso" (Lorenzo). E lo fa spesso con un complice: il regista. Quando infatti sceneggiatore e regista condividono una stessa posizione sulla storia, anche se il network o il produttore non sono d'accordo, l'autorialità ne risulta rafforzata: non è detto che abbiano sempre la meglio ma il loro potere di mediazione comunque aumenta. Non solo aiuta fare fronte comune con il regista, ma anche la possibilità di un confronto preventivo e franco sulle sceneggiature da parte dei due terminali autoriali scongiora incomprensioni dovute a interpretazioni errate delle intenzioni dello sceneggiatore e mette quest'ultimo nella condizione di far fronte a quelle esigenze produttive di cui spesso può non rendersi conto dal momento che non si trova sul set. Riccardo ad esempio ricorda come fosse stato vantaggioso nella fase di riscrittura, da semplice sceneggiatore di puntata, avere un rapporto personale con il regista:

"la fortuna era che in realtà il regista di quella serie era XXXX [nome regista], con cui avevo fatto un film, che veniva a cena a casa mia tutte le settimane per cui stava girando e mi raccontava come andavano le cose e mi raccontava

cosa gli serviva, per cui quando abbiamo riscritto le puntate io avevo un inside rispetto a quello che serviva di scrittura che gli altri colleghi non avevano perché gli editor [inteso come sceneggiatori a capo del progetto] non avevano nessuna capacità di comunicarlo” (Riccardo).

Del resto dal momento che la funzione primaria del testo scritto sarebbe quella di diventare una sorta di vademecum sul set (cosa che effettivamente avviene perché quando si gira tutti hanno in mano, in tasca, in camerino, la propria sceneggiatura scarabocchiata), potrebbe essere opportuno che tra regista e sceneggiatore si creasse sempre un momento di incontro, magari coinvolgendo anche gli attori stessi per una lettura passo dopo passo del testo e tarando poi eventualmente il personaggio sulle loro corde. Quest’ultimo caso si è verificato una sola volta stando alle testimonianze raccolte, altrimenti nel migliore dei casi un attore può telefonare allo sceneggiatore per chiedere chiarimenti su una battuta ma quasi mai ha un rapporto diretto con chi scrive le storie.

In sintesi, esistono situazioni in cui la macchina creativo-autoriale raggiunge un suo equilibrio e le tensioni tra i diversi poteri e il sistema di controllo vengono neutralizzate da meccanismi di collaborazione, fiducia, rispetto tra le parti artistiche che ci appaiono come la miglior soluzione per salvaguardare l’autorialità e perseguire l’innovazione.

Conclusioni. Creatività d’autore

“Se non esiste la serie d’autore allora io non sarò l’autore di serie”. È la considerazione dolcemente fatta da Elena, citata già in precedenza, che riprendo qui perché mi sembra che questo gioco di parole centri la questione sollevata e rincorsa lungo tutto il capitolo, sull’autorialità di un prodotto in un sistema complesso e ramificato come quello della produzione televisiva. Il punto è, a dirsi, semplice: esiste la fiction d’autore? E chi è l’autore di fiction? L’interrogativo non è tanto posto in termini di qualità del testo quanto di qualità della performance creativa della figura d’artista qui considerata.

Ho più volte fatto appello al concetto di autorialità “condivisa” per spiegare che la storia non è mai di uno solo, e al tempo stesso ho cercato di suggerire l’esistenza di un autore “dominante” che emerge sugli altri. Ora, riprendendo anche alcuni aspetti emersi nel secondo capitolo, relativamente ad un sistema che ha visto modificarsi il ruolo del regista, la professionalità dello sceneggiatore, l’assetto organizzativo delle case di produzione, gli obiettivi editoriali e patrimoniali delle reti, oltre che aver sostenuto l’ingresso di nuovi *competitors* alternativi al *broadcaster*, si può innanzitutto affermare che data una serie di fattori il peso autoriale dominante si è spostato nel tempo “premiando” ora il regista, ora lo sceneggiatore, ora la rete. Se invece limitiamo il nostro focus d’osservazione all’oggi in cui la ricerca è stata condotta sarebbe lecito concedersi una prima risposta d’istinto: l’autore è la rete, che finanzia, decide, supervisiona e in ultima istanza licenzia il prodotto per la messa in onda. Ma la rete non inventa storie, semmai prova ad indirizzarle, non gioca su campi lunghi e primi piani, espressioni dei volti ed immagini ad effetto, semmai proibisce di mostrare una

scena *splatter* alle 21:30 su Rai Uno: sicchè, più che di autore, è più lecito parlare di principale controllore (in quanto principale finanziatore) nella realizzazione del prodotto. Anche se poi non mancano i distinguo: il pluricitato Valsecchi, produttore tra gli altri di *‘Ultimo’*, *‘Distretto di polizia’*, *‘Il capo dei capi’*, può dirsi controllore di se stesso, e parimenti i produttori più piccoli curano, difendono e sostengono i propri prodotti con passione; il satellite, con la sua recente vitalità produttiva nel campo della fiction domestica, sembra aver ridato credito e ampia libertà a sceneggiatori e registi, a tutti gli effetti autori del prodotto; e le miniserie e i film-tv sono spesso “prodotti d’autore” del regista e dello sceneggiatore che lavorano più a stretto contatto, data la maggior snellezza del processo produttivo. Quindi la risposta su chi sia l’autore dipende oggi dal prodotto di cui stiamo parlando: qual è il suo formato, chi lo produce, chi lo scrive e lo gira, e così via.

Generalizzando, tendo a concordare con l’autorialità “a due livelli” proposta da MacDonald [2010]: il primo livello è dato da quell’autorialità collaborativa che emerge dalla gerarchia ufficiale e dalle convenzioni, in base alla quale i soggetti creativi «collaborano per presentare una versione coerente di sceneggiatura secondo parametri e status sociali accettati» [*ibidem*: 54]; al secondo livello contribuiscono poi tutorialmente tutti coloro che negoziano e discutono idee e soluzioni narrative intorno al soggetto. Detto altrimenti, direi che l’autorialità di primo livello è condivisa da coloro che sono “autori” riconosciuti nei credits, ovvero chi firma soggetto, sceneggiatura e regia, mentre quella di secondo livello coinvolge tutti gli altri che prendono parte alla realizzazione del prodotto, in modo particolare produttori, editor, e attori. Non sempre la prima risulta “dominante” sulla seconda, ma come abbiamo visto nell’ultimo paragrafo di questo capitolo essa sarà tanto più solida quanto più il dialogo tra sceneggiatore e regista risulta costruttivo e sinergico.

Ciò detto è innegabile che pur riconoscendo allo sceneggiatore lo status autoriale, la sua resti una figura creativamente vulnerabile, progressivamente esposta al rischio scomparsa con l’avanzare delle fasi di lavorazione: autore di un testo scritto per essere interpretato dal pubblico ristretto composto degli altri soggetti coinvolti nella realizzazione, quasi sempre impossibilitato dalle consuetudini produttive del sistema a partecipare a tutto l’iter a cui va incontro la “sua” storia, paladino a parole del diritto di essere autore ma vittima troppo spesso passiva delle regole del mestiere (in fin dei conti tutti hanno “*da magnà*”), lo sceneggiatore si trova imbrigliato in una forma anomala di autorialità *diffusa* che proprio per il fatto di essere *incerta* gli fornisce quasi sempre l’alibi di non assumersi una piena responsabilità dell’opera (con la scusa di non riconoscere ciò che ha scritto in video). Una responsabilità che per gli stessi motivi non si assumono nemmeno gli altri³²⁷: perché se è vero che l’insuccesso (come il successo) di un prodotto è un concorso di colpe (o di meriti), è altrettanto vero che se un’autorialità c’è, essa andrebbe assunta fino in fondo nel rispetto del ruolo che a ciascuno compete. Si badi bene, questa non è un ricetta ma una considerazione: in ultima istanza la spirale creativa e l’autorialità frammentata che in questo capitolo ho analizzato sono elementi “dati”, e condivisi da tutti i sistemi televisivi

³²⁷ Alberto espone al riguardo la teoria del cerino acceso: “*se va male tendi a scaricare ed è facile perché non sei immediatamente riconoscibile, anzi la tecnica è del cerino acceso e a chi rimane in mano gli tocca assumersi la responsabilità*”.

nel mondo; nel nostro manca forse la consapevolezza (o la volontà) di rispettare il frammento autoriale proprio e altrui in nome di un fine comune, il confezionamento di un prodotto popolare.

Infine, considero questo capitolo, al pari del tipo di testi in esso analizzati, un'*opera aperta* e una sfida per il futuro: da una parte, perché nel tentativo di restituire la complessità del processo e del contributo delle diverse parti ho necessariamente sacrificato l'analisi di alcuni aspetti che avrebbero meritato un approfondimento più attento (penso alle teorie convenzionali sul "pubblico immaginato", al linguaggio usato nelle note, ai diversi rapporti collaborativi instaurati lungo la lavorazione); dall'altra, perché mi pare evidenzi la necessità di concentrarsi su uno studio di caso di cui seguire l'iter nella sua interezza ed analizzare in profondità i contributi creativi di ciascuno nell'economia autoriale della storia e il farsi *doxa* delle migliori pratiche produttive.

conclusioni

La logica del (sotto)campo

“La riflessione è la segnaletica della vita”
– Ispettore Derrick –

Studiare un mondo professionale come un campo dotato di proprie relazioni interne specifiche e di rapporti negoziali con l'esterno, che insieme contribuiscono a delineare le regole del gioco, i confini identitari e il livello di legittimità del campo stesso. Questa è stata la sfida del presente lavoro. Attraverso l'analisi del reclutamento e dell'addestramento, dei tipi di carriera, delle relazioni interpersonali sul lavoro, delle gerarchie di ruolo (sia vistose che latenti), e ancora delle reti di collaborazione e di cooptazione, dell'immagine “pubblica” di questa figura professionale, della distribuzione di potere e prestigio, della gestione del lavoro creativo, ho esplorato la professione di sceneggiatore nel campo della fiction televisiva nazional(popolare). Arrivando a dubitare che si potesse sociologicamente parlare e di una professione e di un campo.

In conclusione, riprendendo il filo dell'intero lavoro, vorrei dare voce proprio a questa mia riflessione, che idealmente si riallaccia al percorso teorico inizialmente proposto sul concetto di *campo sociale* e sulle caratteristiche proprie delle *professioni artistiche* riletto alla luce del successivo percorso empirico sviluppatosi lungo tre direttrici che sono state – per riprendere il titolo della tesi – le traiettorie occupazionali, le reti collaborative e la creatività (autoriale).

Mentre costruivo lo schema conclusivo, cercando di mettere insieme i pezzi di un discorso che è andato chiarendosi nella mia testa mano a mano che procedevo nella scrittura di questo lavoro, mi sono resa conto che, nel tentativo di definire in termini generali la figura dello sceneggiatore televisivo, procedevo per antinomie: tra la professione e la “semi-professione” [Etzioni, 1969]; tra l'artigiano e l'operaio; tra l'artista-autore e l'artista-esecutore. E ancora: tra la formazione professionale data da studi di alto livello a cui segue una rigorosa selezione e la non-formazione per cui l'abilità specifica si acquisisce con il fare e l'accesso a quel fare è quanto mai «afflitto dalla piaga del personalismo» [Jarvie, 1970: 102]; tra un modo di lavorare che guarda al prodotto nella sua completezza ed uno basato su un principio di segmentazione del lavoro e specializzazione delle

mansioni; tra un principio di autorità fondato sull'autorevolezza e la competenza tra colleghi professionisti ed uno rispettoso dei ruoli formali dell'organizzazione o dello staff; tra un orientamento «cosmopolita», proprio di un riconoscimento nella comunità professionale, ed uno «locale», rivolto all'organizzazione di cui si è parte [Prandstraller, 1977: 52]; tra una pulsione intellettuale-autoriale ad essere riconosciuti in una cerchia di colleghi-artisti ed una più “mondana” legata ai privilegi patinati del mondo dello spettacolo, al successo economico, al riconoscimento di massa. In definitiva: tra professione e non professione, tra professione artistica e mestiere dello spettacolo. Il punto è che, se si esclude l'antinomia formativa sulla quale non ho avuto grandi dubbi, per il resto non facevo a tempo a collocare il *mio* sceneggiatore in una delle caselline antinomiche che subito mi assaliva il dubbio di aver commesso un errore. Così ho capito che se avessi continuato a ragionare in questi termini ne avrei ricavato molta frustrazione e poche risposte: perché la categoria stessa *sceneggiatore di fiction televisiva* è tutt'altro che monolitica. Ho provato a questo punto ad aggirare l'ostacolo “rubando” agli studi sulle professioni, e sulle professioni artistiche, le caratteristiche che mi parevano appartenere anche al mio soggetto di studio, viceversa rifiutando quelle che non vi si adattavano e chiarendo quelle che consideravo dubbie, ovvero appropriate per alcuni ed inadeguate per altri. Tenterò di seguito di sintetizzare quest'operazione individuando così gli aspetti fondanti della figura occupazionale analizzata.

Se l'approccio classico alle professioni, quello funzionalista e del cosiddetto *trait approach* [Greenwood, 1957], sembra ormai superato in favore di una definizione più elastica e meno astrattamente vincolata ad attributi a-storici³²⁸, è pur vero che il cambiamento di prospettiva – operato tra gli altri da sociologi di tradizione interazionista, sul solco dei quali questo lavoro si situa – «non ha portato a rigettare gli elementi definitori del concetto di “professione”» ma piuttosto ad una loro ri-concettualizzazione [Santoro, 1998: 119], tanto che i criteri di riconoscimento di una professione continuano ad essere discussi con visioni spesso discordanti. Tuttavia,

«essi usualmente comprendono almeno i seguenti: *a)* un'istruzione specializzata e di livello avanzato; *b)* meccanismi istituzionalizzati di chiusura sociale; *c)* un codice di condotta o un'etica; *d)* la rivendicazione rituale di onore e decoro; *e)* forme di monopolizzazione o quanto meno controllo di aree di mercato; *f)* autonomia significativa nella gestione degli affari» [*ibidem*: 120-121].

Questi concetti generali, risultano immediatamente poco adeguati nella definizione di mestieri quale quello di scrittore, pittore, scultore, musicista, ecc., che costituiscono una sorta di «*imbroglio concettuale*» [Freidson, 1986: 439]: da un lato infatti, per la portata culturale dei prodotti che contribuiscono a creare e la competenza di esecuzione che questi necessitano potrebbero essere definiti “professioni”; dall'altro, la mancanza di un'organizzazione formale e di un

³²⁸ Per una critica agli studi volti a definire criteri stringenti al concetto di professione rimando a Roth [1974].

sistema di titoli ci impediscono di applicarvi i metodi ordinari dello studio sulle professioni.

Mentre gli ultimi tre “attributi” professionali più sopra elencati sono abbastanza aderenti alla logica del nostro campo, i primi due vi sono infatti completamente estranei: non esistono né «credenziali educative istituzionalmente certificate» né «prove d’esame quali strumenti di chiusura sociale così come di controllo sociale del sapere» [Santoro, 1998: 121] a sancire il passaggio da una pratica artistica di tipo amatoriale (scrivere per passione e senza velleità di un riconoscimento nell’arena pubblica, di fatto scrivere per se stessi) ad una in cui l’investimento (professionale) in un progetto creatore diventa totale [Bourdieu, 1992]. Nonostante lo sviluppo di scuole di scrittura specializzate che costituiscono una modalità di accesso legittima (anche se non automatica e indispensabile) al mestiere, le resistenze all’idea che la scrittura si possa insegnare sembrano ancora piuttosto diffuse [Sapiro, 2007a: 9] ed alimentano un principio di selezione quanto mai personalistico, fondato su una valutazione del talento dell’aspirante da parte dei già membri e di un reclutamento *ad personam*. Il fatto stesso che l’acquisizione di un sapere specifico avvenga prevalentemente sul campo – e attraverso la pratica dell’affiancamento (ad individui esperti) – avvicina il mestiere dello sceneggiatore a quello dell’*artigiano*: questi mestieranti delle parole combinano infatti a (poche) conoscenze teoriche di base un’abilità pratica complessa, fatta di invenzioni narrative ma anche della capacità di rimescolare ad arte gli elementi fissi del racconto audiovisivo, nel rispetto del patto seriale instaurato con il pubblico. Non a caso, studiosi dei processi produttivi – tra gli altri Newcomb, Hirsch e Thompson – prendono a prestito da Marshall Sahlins e Levi-Strauss [cit. in Thompson, 1990] il termine «*bricoleur*» per definire il ruolo del “*television maker*” in quanto soggetto creatore «che mixa e accorpa elementi culturali familiari per dare vita a nuove combinazioni che si aspetta piaceranno al pubblico» [*ibidem*: 1]. È proprio questo gioco tra nuovo e già noto, tra investimento creativo originale e riproduzione in serie, che ci impedisce di considerare lo sceneggiatore, anche nel suo ruolo più “basso”, come un mero esecutore. E per il fatto che «i prodotti artistici sono considerati come l’espressione particolare dell’esperienza umana di creatori dotati di competenze complesse degne di ammirazione e considerazione, [...] questi [creatori] sono fondamentalmente (forse anche senza volerlo) dei “lavoratori intellettuali”» [Freidson, 1986: 434].

Non possiamo inoltre nemmeno affermare che esista un codice morale rigidamente stabilito, unitario e fondante l’identità di chi scrive per la televisione (che è il terzo attributo più sopra individuato da Santoro): questo non esclude l’esistenza di ideali diffusi o di norme tacite di buona condotta che rientrano di diritto nella cultura del gruppo [Trice, 1993], anche se il fatto stesso che una parte di coloro che svolgono questo mestiere avverta l’esigenza di elaborare in modo chiaro e incontrovertibile una sorta di codice deontologico, denuncia una negligenza nel rispetto di tali norme, evidentemente non incorporate nell’*habitus*. Parimenti, sembra mancare un vocabolario condiviso e unanimemente accettato: da una parte infatti i professionisti utilizzano termini diversi per indicare le medesime mansioni (o lo stesso termine per mansioni diverse) e dall’altra anche la terminologia specifica sulla sceneggiatura, per lo più mutuata dalla pratica seriale anglosassone, pur essendo nota a tutti non viene impiegata con la stessa intensità

nella pratica lavorativa dei diversi team di scrittura. In generale, la socializzazione al campo e al mestiere avviene secondo modalità differenti per valori, norme e linguaggi incorporati.

Quindi per ora diciamo che: quella dello sceneggiatore non può considerarsi a pieno titolo una professione perché manca di un controllo istituzionale all'ingresso, fondato su precise regole di reclutamento, training e accesso al lavoro, e di un'etica professionale sufficientemente incorporata. Questo non significa negare che esista una qualche forma di chiusura sociale (altrimenti non ci spiegheremmo come il campo regoli l'esubero di aspiranti rispetto ai posti effettivamente disponibili); che il mestiere si fondi su un sapere professionale specifico di tipo più intellettuale che esecutivo, nonostante la non univoca socializzazione al campo porti a ri-elaborare ed attuare tale sapere secondo modalità differenti; e che il gruppo si fondi su una qualche forma di cultura occupazionale condivisa sul cui terreno hanno trovato la propria giustificazione esistenziale anche alcune associazioni di categoria (le *Guilds* costituiscono un elemento tipicamente professionale).

Se di professione possiamo parlare è sicuramente anche rispetto all'onore, all'autonomia lavorativa, e alla clientela.

Al pari di altre figure "artistiche" del campo della produzione culturale di massa (come registi ed attori), l'onore di cui sono investiti gli sceneggiatori (in termini sia simbolici che economici) è distribuito sulla base della doppia logica, concomitante più che opposta [Bourdieu, 1992; 1993], del riconoscimento (qualitativo) da parte della comunità (di colleghi e di addetti ai lavori) e del successo (quantitativo) di pubblico.

La condizione di *freelance* poi, impiegato in contesti organizzativi in via temporanea, è indice di una certa autonomia lavorativa da parte dello sceneggiatore: la temporaneità dei progetti [Faulkner e Anderson, 1987] lo porta così a riconoscersi più nel gruppo dei colleghi che nell'organizzazione presso la quale è sotto contratto (la casa di produzione) o nella composita struttura produttiva in cui è coinvolto (corrispondente alla lunga lista di accreditati per un'opera audiovisiva). Questo principio però non è sempre valido: la crescente serializzazione del sistema ha infatti portato al consolidarsi del meccanismo dell'esclusiva in contraddizione con l'essenza stessa del *freelancer*. Per "esclusiva" non intendo solo i casi, per la verità limitati, in cui essa sia stabilita da contratto (per cui il professionista è "obbligato" a lavorare solo per una casa di produzione), ma, per estensione, tutte quelle situazioni in cui, pur non essendo formalmente stabilito, il lavoro dello sceneggiatore avviene quasi esclusivamente all'interno della medesima organizzazione. Il caso della soap opera è in tal senso emblematico: l'essere impiegati in una "catena" produttiva altamente standardizzata (lavorando tutti i giorni ad orari più o meno fissi in un luogo "aziendale"), insieme all'innegabile ghettizzazione che il genere stesso alimenta sotto forma di pregiudizio diffuso, porta questo tipo di sceneggiatore a riconoscersi più nel sistema organizzativo di cui è parte che nella categoria professionale di riferimento e ad incorporare il principio di parcellizzazione del lavoro e del rispetto dell'autorità sulla base dei ruoli formali stabiliti da tale parcellizzazione.

Infine, lo sceneggiatore presenta a mio avviso quella che la ricerca sulle professioni "classiche" considerava una delle determinanti l'esercizio libero-

professionale, anche se ormai non può «fonder(n)e una discriminante assoluta» [Prandstraller, 1977: 36]: il rapporto con la clientela. Naturalmente il concetto di *cliente* va preso con le pinze, ma credo si possa affermare che lo sceneggiatore è un «imprenditore di servizi intellettuali» la cui prestazione è richiesta dai suoi committenti e che «la distribuzione di questi servizi nel sistema sociale ha seguito la logica dell'economia di mercato: i migliori servizi a disposizione del cliente in grado di pagarli meglio» [Prandstraller, 1980: 32]. In altri termini, la rete *chiama* uno sceneggiatore e gli chiede di mettersi al servizio (narrativo) di una storia, lo chiama cioè in virtù della competenza professionale che gli riconosce. Gli aspetti principali di questo rapporto clientelare sono due: primo, le prestazioni che il cliente reputerà migliori saranno anche quelle meglio remunerate e più richieste, per cui sulla base della distribuzione (ineguale) dei servizi si creerà un'élite di professionisti privilegiati che occupano posizioni centrali (dominanti) del campo; secondo, il servizio richiesto, similmente ad altri “professionisti della comunicazione” (ad esempio i giornalisti), è quello di farsi *agente meta-culturale*, che «traduce gli atteggiamenti, la conoscenza e gli interessi di una certa comunità in termini alternativi ma suadenti e accessibili ad altre comunità» [Carey, 1969: 21], anche se «il messaggio da lui prodotto non è da mettere necessariamente in relazione con il suo pensiero e il suo modo di vedere» [*ibidem*: 22]³²⁹.

In definitiva, se possiamo considerare le professioni artistiche come «un tipo speciale di professione», «sicuramente non dello stesso tipo di quelle del diritto, della medicina o dell'insegnamento» [Freidson, 1986: 434], che sono «professioni consolidate» (*profession établie*) [Chapoulie, 1973: 89], allora quella dello sceneggiatore televisivo può essere a sua volta considerata un tipo speciale di professione artistica. Freidson infatti sostiene che gli artisti si riconoscono come gruppo e si sentono appunto degli artisti, ma sono costretti a svolgere altre attività, perché il mestiere creativo (dal musicista allo scrittore) è instabile e mal remunerato e l'investimento nella vocazione artistica non ripaga abbastanza da poter sopravvivere della propria arte. Inversamente invece, considerato che la televisione è al momento nel nostro Paese l'industria culturale che attrae e redistribuisce più denari, il problema di chi svolge un lavoro artistico al suo interno non è tanto di sussistenza – pur trattandosi di un mestiere prevalentemente a progetto, e quindi *unpredictable* dal punto di vista della continuità lavorativa – ma, viceversa, di identità. Lo statuto commerciale e popolare del mezzo e l'investimento tutto sommato recente nel prodotto seriale sono i principali motivi per cui la comunità occupazionale ci appare ancora faticosamente impegnata nella ricerca di un suo stile “originale”. E il campo della fiction televisiva incapace di stabilire da sé il proprio principio di legittimità: da un lato, per il prestigio simbolico esercitato presso i suoi membri da parte di altri campi più autonomi o tradizionalmente legati ad una concezione più “pura” dell'artista e più rispettosa delle sue pulsioni creative (come il cinema e il teatro); dall'altro, perché l'alto valore commerciale degli artefatti culturali che produce attira gli interessi eteronomi rappresentati dal potere politico ed economico.

³²⁹ Cantor [1980: 22] conferma che il personale creativo coinvolto in una produzione televisiva «non esprime necessariamente i suoi valori personali, ma piuttosto i valori di coloro che sono ai vertici del controllo delle strutture burocratiche».

Se poi quella dello sceneggiatore televisivo è un tipo particolare di professione artistica, il campo che la delimita non è di per sé tale: oltre che, come appena detto, per la mancanza di un principio di legittimità internamente consolidato, per i confini estremamente fluidi sia in entrata che in uscita e per la doppia logica organizzativa che lo governa, ora industriale ora artigianale.

La fluidità dell'artista tra vari campi della produzione culturale non è certo una prerogativa dello sceneggiatore televisivo italiano, tanto che alcuni sociologi francesi hanno coniato l'espressione «*artiste pluriel*» [Bureau e Shapiro, 2009] per definire quella figura sociale di artista che combina nello svolgimento del mestiere diverse attività. Quel che rende interessante i nostri professionisti "plurali", è la motivazione che spinge all'accumulo di più mestieri, ovvero la causa di ingressi ed uscite ripetuti e "liquidi". Mentre l'artista plurale in genere combina più esperienze lavorative mantenendo solidamente fermo il proprio statuto d'artista (di ballerino, di musicista o di attore che sia), lo sceneggiatore televisivo sperimenta forme alternative di impiego artistico quasi cercando e volendo trovare conferma di quello statuto. Lo dimostra il fatto che il campo viene percepito, da chi vi fa il suo ingresso, come una sorta di "ripiego" (rispetto ad altri verso cui risultano indirizzate le aspirazioni originarie) e, da chi si divide tra più campi, come una fonte di guadagno economico, mentre la vena artistico-creativa viene in genere "sfogata" nei limitrofi *mondi dell'arte*.

Un'ulteriore motivazione alla natura dubbia del campo è data dalla sua storia: relativamente "giovane", è rimasto quasi immobile per un quarantennio ed è poi letteralmente esploso negli ultimi quindici anni. Il repentino *passaggio di stato*, dall'artigianato all'industria, che ha visto una riorganizzazione del sistema, attraverso una sua razionalizzazione organizzativa che ha coinvolto la figura stessa dello sceneggiatore televisivo, è riuscito solo in parte, e si è cristallizzato in una sorta di *artigianato industriale*. La convivenza all'interno del campo di meccanismi produttivi diversi, ora spiccatamente artigianali (come nel caso delle miniserie) ora rigorosamente industriali (nella lunga serialità) ora variamente mescolati (nella serialità media), ha avuto ricadute sul mestiere stesso di chi scrive per la tivù: da un lato, alimentando forme di reclutamento per formati di fiction che creano un senso di disaggregazione della categoria; dall'altro, facendo sì che chi riesce a sfondare questa "chiusura sociale" e a lavorare su più formati lo fa portandosi dietro il bagaglio di organizzazione creativa precedentemente accumulato che tenterà di ri-elaborare compensandolo con il nuovo, contribuendo così a creare sempre nuovi ibridi produttivi.

Non c'è dubbio poi che lo spinoso concetto di autorialità giochi un ruolo tutt'altro che secondario nella costruzione identitaria dello sceneggiatore televisivo. Lo "scollamento" tra l'artista e l'opera è più evidente che in altre arti, come nel cinema, perché nel rapporto professionista-cliente il potere (economico) del secondo incide pesantemente sul potere (creativo) del primo e la «fitta paranoica nel vedere la sua creazione nelle mani di un gruppo di stranieri» (*outsiders*) [Shubik, 1975: 88] fa sì che agli occhi dello sceneggiatore la rielaborazione del copione assuma sovente i contorni di un *esproprio* più che di una collaborazione autoriale virtuosa, con gli altri artisti che partecipano alla realizzazione del prodotto (registi e attori), e di un *comando/imposizione* più che di una negoziazione pacificamente orientata al bene (estetico e commerciale) del prodotto, con i terminali economici del processo produttivo.

L'autorialità va intesa nei termini di «ideologia professionale» e «rituale strategico» [Murdock, 1980: 125], alla stregua di quella che per i giornalisti è l'obiettività [Tuchman, 1972]: essa costituisce infatti un'arma (al tempo retorica e pratica) con cui la comunità occupazionale si auto-rappresenta e gestisce il controllo sul proprio lavoro. Il fatto che tale gestione non conduca spesso ai risultati sperati dallo sceneggiatore alimenta un'auto-rappresentazione autoriale connotata negativamente: lo sceneggiatore si fa interprete di una mancata autorialità o di una autorialità violata che se da un lato lo solleva dall'assumersi piena responsabilità rispetto alla riuscita o meno del prodotto, dall'altro, e ancora una volta, crea un senso di smarrimento rispetto allo status artistico, che evidentemente non trova nel medium l'attesa realizzazione.

Ed è forse proprio alla luce di questo vuoto identitario, generato e di continuo riaffermato dalla logica del sotto-campo esaminato, che va letta anche l'importanza assunta dalle «cerchie di colleghi» [Bucher e Strauss, 1961: 330]. Questa comunità professionale si struttura infatti sulla base di quelle che ho definito *famiglie creative*, alcune delle quali si situano a cavallo di più campi e di più professioni. Si tratta di network solidali costituitisi principalmente sulla base di un'empatia umana e professionale, animati da bisogni, interessi, fini comuni, e tenuti insieme da vissuti, immaginari, aspirazioni simili. Non va assolutamente trascurato dunque il peso del capitale sociale e delle relative reti familiari (*contact networks*) [Katz, 1956] sia in quanto «attivatori di produttività», ovvero *strumenti* di cui si serve lo sceneggiatore per contrastare le turbolenze occupazionali e mantenere (o migliorare) la propria posizione nel campo, sia in quanto «promotori di un rispecchiamento», che consentono al singolo di definire se stesso e il suo fare artistico almeno sulla base di un confronto con il proprio network. In altri termini, la calda fraternità della famiglia e lo stringere legami informali tra colleghi costituisce sia un modo per far fronte all'insicurezza lavorativa attraverso reti di mutuo aiuto sia un tassello nella costruzione identitaria dello sceneggiatore che riconosce entro la sua rete familiare un bagaglio di valori, norme, ideali, e pratiche lavorative comuni, più ristretto e specifico rispetto alla sfera di condivisione propria della comunità nel suo complesso.

Se di confini del campo si può invece parlare è soprattutto in termini geografici. Quello dello sceneggiatore è innanzitutto un mestiere fortemente caratterizzato in senso nazionale: il requisito di un uso «fluente» della lingua italiana, indispensabile per la scrittura di dialoghi che dovranno essere ascoltati da un'audience nazionale, fa sì che la quota di sceneggiatori stranieri inseriti stabilmente nella comunità sia bassissima e che gli italiani faticino a trovare il successo fuori degli italici confini, diversamente ad esempio da quanto può accadere a registi (che possono cavarsela con una conoscenza anche sommaria della lingua «viva» o con la presenza sul set di un interprete) ed attori (che possono essere doppiati) per i quali si registra una mobilità extranazionale (in entrata e in uscita) sensibilmente superiore. Non solo, la comunità occupazionale si definisce come comunità geograficamente determinata, organizzata attraverso una sostenuta densità nello stesso spazio urbano dei suoi membri e dei principali elementi che la riguardano (organizzazioni, eventi, pratiche) [Unruh, 1980: 286; Cfr. Levine, 1972], al punto da costituire uno degli elementi discriminanti l'appartenenza e un segnale dell'avvenuto «ingresso» nella comunità. Va detto che, nonostante il carattere romano-centrico della comunità professionale e le

peculiari vicende che hanno interessato il mondo produttivo della nostra fiction televisiva, le riflessioni di questo lavoro possono essere applicabili – con i dovuti distinguo, che a loro volta stimolano ad intraprendere analisi di tipo comparativo – al mestiere dello sceneggiatore seriale televisivo immerso in qualsivoglia industria nazionale; dalle fonti bibliografiche utilizzate, infatti, grazie alle quali possiamo gettare lo sguardo oltre i nostri confini, si ricava l'immagine di mondi complessi, in cui personalismo e gerarchie organizzative si mescolano, potere economico del network e creatività dell'artista si scontrano, e l'azione congiunta di più individui impegnati nella realizzazione del prodotto/opera si sostanzia in pratiche produttive ora di cooperazione ora di conflitto.

Concludendo, lo sceneggiatore televisivo che è stato al centro di questo lavoro costituisce un caso di professione artistica in cui: i percorsi di formazione e accesso sono più fluidi e meno formalizzati rispetto ad altre comunità occupazionali; i passaggi dal campo di principale afferenza (quello televisivo) ad altri limitrofi sono piuttosto frequenti (oltre che auspicati dalla maggior parte di questi professionisti); il capitale specifico e il capitale sociale sono entrambi accumulati prevalentemente in seguito all'ingresso al campo ed incidono sul posizionamento e sul modo di performare la professione artistica; il riconoscimento (in termini di prestigio) è circoscritto rispetto ad altre professioni contigue, come quella di regista, sceneggiatore cinematografico, o scrittore di narrativa; cosa che rende il campo che abita debolmente definito e la sua figura in cerca di un'affermazione specifica. Creatore di un prodotto/opera deperibile, sottoposto ad un "giudizio della storia" a breve termine (i prodotti di fiction televisiva sono del tipo "cotti e mangiati": si producono, si consumano, si dimenticano), del quale è stato demiurgo, quasi mai solitario, fin dalle sue prime fasi, ma sul quale ha un controllo in definitiva limitato, lo sceneggiatore televisivo ci appare ancora impegnato in un complesso processo di differenziazione dagli altri-significativi – quelli coinvolti nello stesso sotto-campo produttivo e quelli afferenti ad altri campi della produzione culturale – e di legittimazione della sua autorità (e autorialità). Un processo i cui risultati saranno visibili, e dunque valutabili, solo sulla distanza.

nota metodologica

Abitare una bolla: storia naturale del lavoro sul campo

“... dovrete aver l'impressione che potreste sistemarvi
[nel mondo che state studiando] e lasciar perdere
il vostro essere sociologi. I membri del sesso opposto
dovrebbero cominciare a risultarvi attraenti.
Dovreste poter condividere con le persone attorno a voi
gli stessi ritmi corporei, i tipi di movimento,
il tamburellare dei piedi, questo genere di cose.
Queste sono le vere prove della penetrazione in un gruppo”
– E. Goffman –

Introduzione

Osservare le persone nel loro habitat, parlare con loro, condividere i momenti di lavoro e di svago, rinvenendo le tracce di una cultura attraverso i suoi abitanti, che sono i nostri soggetti “informanti” [Van Maanen, 1979]³³⁰; ma anche osservare noi stessi in quel mondo, seguire i nostri passi, dapprima incerti e poi più sicuri, guardarci con gli occhi di chi non ci conosce e ci ascolta mentre facciamo domande, cerchiamo di saperne di più, ci affanniamo a conoscere: questo è il racconto che desidero affrontare in queste pagine metodologiche di orientamento al campo, in cui discuterò delle tecniche d'analisi qualitativa (intervista in profondità, osservazione partecipante, analisi di documenti) a cui ho fatto ricorso per il presente lavoro [Cfr. Anderson, 1987; Cardano, 2001]³³¹. Tengo a precisare che ho voluto accogliere l'invito di David Silverman [2000] ad assegnare il titolo *Storia naturale della ricerca* alla sezione metodologica del proprio lavoro perché è a partire da quel formato che ho pensato questa sezione tecnica, con l'obiettivo di ripercorrere i due anni trascorsi (ad intermittenza) sul campo raccontandone le tappe, le negoziazioni, le conquiste, gli inattesi coinvolgimenti, le *false piste* (per riprendere la metafora di Alasuutari [1995] della narrazione della ricerca come un giallo). Per la stesura di queste pagine hanno rappresentato un prezioso viatico le note etnografiche prese nel corso della ricerca, in particolare quelle che Gobo definisce note *metodologiche* e note

³³⁰ Ovvero «fornitori inconsapevoli di dati espressivi della cultura di cui sono membri e che manifestano attraverso i loro comportamenti e i loro gesti, il loro linguaggio e i loro simboli» [Piccardo e Benozzo, 1996: 7].

³³¹ Anche gli studi cui questo lavoro ha fatto riferimento hanno combinato differenti metodi d'analisi, per lo più di tipo qualitativo, ma non esclusivamente tali [Cfr. Bielby e Bielby, 1994; 1999; Koukoutsaki, 2003].

emotive [2001: 135-139], nelle quali da un lato ho riflettuto sulle difficoltà incontrate, sulle possibili soluzioni, sui nodi rimasti irrisolti e dall'altro ho annotato le mie reazioni, paure, prese di coscienza ed emozioni rispetto agli eventi osservati e agli attori sociali studiati.

Nel dettaglio, il capitolo è diviso in due parti: nella prima descriverò il piano di lavoro e le attività svolte, nella seconda mi concentrerò su alcune questioni problematiche, sia di carattere generale (l'*immagine* del ricercatore nel campo) sia specifiche del mondo preso in esame (l'impossibilità di accesso alle *stanze dei bottoni*).

1. Un campo urbano ad orologeria: entrare, soggiornare, uscire

Questa ricerca è stata per me un autentico salto nel vuoto. Sia per la mia inesperienza di lavoro sul campo sia per la totale "ignoranza" rispetto alle tematiche trattate: pur avendo eletto come area di studio privilegiato le comunicazioni di massa e la cultura popolare già dai tempi dell'università, infatti, non mi ero mai occupata di fiction televisiva né tantomeno degli aspetti inerenti alla produzione culturale. Certo ero, e sono, una fan di serie televisive e una consumatrice, tra il divertito e lo sconvolto, di molto del "*trash*" televisivo dell'ultimo decennio: ed è forse dall'amore "profano" per i *telefilm*, complici gli incoraggiamenti dei docenti della scuola di dottorato, che è nata la curiosità di spingermi nel dietro le quinte di un prodotto culturale di largo consumo. In questo paragrafo mi propongo di ripercorrere il lento addomesticamento al campo, raccontando prima come sia avvenuto l'ingresso, quali siano state le motivazioni e le implicazioni di scegliere come campo geografico pressoché esclusivo Roma, e cosa sia la "bolla" che dà il titolo al capitolo, e poi dedicando uno spazio a parte a ciascuna delle modalità di ricerca empirica impiegate per questo lavoro: interviste ai protagonisti, interviste ad osservatori privilegiati, osservazione partecipante durante i *brainstorming* di sceneggiatura e sul set, come pure nei momenti comunitari, e analisi di documenti.

1.1. L'operazione bolla: accesso e permanenza nel campo

Prima di descrivere le diverse attività svolte sul campo, ovvero il "cosa" dei miei dati, mi soffermo sul "come" si è proceduto per acquisirli. Come osserva Goffman [1989: 110] la questione può essere considerata sulla scorta di due problemi generali distinti: «collocarsi sul posto (*getting into place*) così da essere nella posizione [di acquisire dati] e sfruttare il posto (*exploiting place*). C'è una fase minore data dall'uscire fuori dalla situazione (*getting out of place*) – un "uscire fuori" che è anche nella vostra testa».

Andiamo dunque con ordine. L'accesso al campo è avvenuto a luglio del 2007 con la partecipazione alla prima edizione del RomaFictionFest, festival interamente dedicato alla fiction televisiva nazionale e internazionale: tra l'Auditorium della Conciliazione e il Multisala Adriano si sono svolte grandi anteprime di nuove serie, un concorso della fiction edita durante l'ultima stagione,

retrospettive, tavole rotonde, incontri di vario genere (ad esempio la presentazione del rapporto annuale Univideo sull'editoria audiovisiva e il convegno dal titolo "Fiction TV: una grande opportunità italiana"). Questa occasione, nonostante la sensazione di estraneità e a tratti di disagio rispetto ad un contesto tanto patinato, è stata per me doppiamente utile: da un lato, come mi aspettavo, mi ha permesso di stabilire i primi contatti e raccogliere alcuni consensi per una possibile intervista, dall'altro, in modo inatteso, mi ha vista partecipe di un incontro che, come ho avuto modo di scoprire in seguito, ha generato polemiche e attriti tra gli sceneggiatori e i network, in particolare la Rai (che per l'anno 2007/2008 decise di sospendere il corso Rai Script). Si trattava di un *"incontro aperto agli autori"* organizzato dalla Sact (come abbiamo visto l'associazione che raccoglie il maggior numero di sceneggiatori televisivi) dal titolo "Scrivere per la TV. Sceneggiatori e soggettisti italiani a confronto". I discorsi sull'autorialità, la percezione di essere le "cenerentole dello spettacolo", il conflitto aperto con le reti e il clima da "fine di un'epoca", tutte questioni che sarebbero diventate il mio companatico empirico, vennero in quella sede messe sul piatto in modo inequivocabile: gli sceneggiatori che, ancora non lo sapevo, avrei intervistato si inalberavano davanti al microfono acceso e animavano il pubblico di colleghi parlando di *"una fiction orfana di autorialità"* (Matteo), di un gruppo occupazionale (il loro) *"ipnotizzato"* che si stava *"scordando la propria funzione sociale"* (Giovanni); se la prendevano con *"chi tira le fila del mercato e tira anche quelle dei testi"* (Matteo) e con la figura degli *"editors che sconfinano mentre noi autori ci indeboliamo"* (Giovanni); lanciavano anatemi contro l'*"autocensura preventiva"* azzardando un *"forse non abbiamo abbastanza coraggio per spingere le nostre idee oltre un certo limite"* (Carla); invitavano se stessi e gli altri a *"cercare di rischiare e non di raschiare"* (Elena) e *"ragionare su che cosa significa innovazione"* (Alberto) (note di campo, 04/07/07). Uscita da quell'incontro ho pensato di aver trovato dei nodi interessanti da cui partire e ho maturato la convinzione che quella dello sceneggiatore avrebbe potuto essere la mia principale figura di riferimento.



Esterna teatro della Conciliazione – Incontro "Scrivere per la televisione"

A qualche settimana di distanza sono tornata nella capitale per le prime interviste esplorative, che mi sono servite a mettere a punto la traccia definitiva dell'intervista in profondità. Avevo deciso di incontrare persone che a vario titolo, ovvero con ruoli diversi, facessero parte di questo "mondo": uno sceneggiatore di cinema e tivù affermato, un giovane al suo primo progetto di fiction, un piccolo produttore indipendente, un responsabile di Rai Trade per il settore fiction³³² che ha funzionato da osservatore interno all'emittente ma esterno rispetto ai meccanismi produttivi veri e propri della fiction televisiva. Sono tornata da questa prima breve trasferta con almeno tre certezze: che non ne sapevo nulla e che tutto mi sembrava più difficile di quanto avessi immaginato; che non sarebbero bastate delle semplici interviste ma che avrei dovuto cercare di *essere nel* circuito (frequentando gli stessi posti, partecipando ai momenti di incontro collettivo, guardando le stesse serie televisive, e cercando di avere accesso anche al lavoro "vero"); che per la fine della ricerca, forse, non mi sarebbe servito aprire la cartina di Roma ogni cinquanta metri.

Il contesto empirico principale della ricerca infatti è stato, come già sottolineato più volte, Roma, vero e proprio centro nevralgico della fiction televisiva: qui vivono e lavorano quasi tutte le persone intervistate, hanno sede le maggiori case di produzione, gli studi di avvocati e agenti, molti dei teatri di posa in cui vengono girate le fiction, e gli uffici delle reti televisive (anche Mediaset, che ha la sua base principale a Milano, ha creato una propria divisione fiction nella capitale). Tradizionalmente regno dell'industria cinematografica, la capitale è diventata il terreno produttivo della maggior parte della fiction (come abbiamo visto nel secondo capitolo)³³³, mentre così non è per l'intrattenimento (storicamente legato all'altro polo industriale del paese, Milano): qui le maestranze specializzate, gli autori, gli interpreti e le imprese di produzione impegnate nel settore televisivo sono in parte "transfuga" dal cinema in parte escono direttamente dalla formazione fatta all'interno della Rai. Questo coagulo di professionalità ha reso più costoso lo spostamento "fuori sede" delle produzioni che tendono a realizzare nella capitale anche la fase post-produttiva. Di qui appunto la concentrazione delle attività e delle persone coinvolte, la cui prossimità spaziale risulta cruciale per un tipo di industria organizzata "a progetto" [Faulkner e Anderson, 1987], in cui il training formativo principale avviene nella pratica [Scott, 2004] e l'interazione tra i membri e il relativo scambio di informazioni può generare possibilità di impiego, oltre che processi di innovazione creativa [Scott, 1999]. Certo, a quella romana si sono aggiunte nuove realtà produttive e non mancano sceneggiatori che vivono sparsi per l'Italia sfruttando la possibilità di inviare il lavoro e di ricevere le note per via telematica. Va detto però che se si esclude 'Un posto al sole', il momento pre-produttivo continua ad avere come

332 Rai Trade, nata nel 1987 (come Nuova Edizioni Radiotelevisione Italiana S.p.A. e diventata Rai Trade S.p.A. nel 1997) è la società che promuove i prodotti del gruppo Rai e ne commercializza i diritti, allo scopo di diffondere il *made in Italy*. Spazia dal cinema ai formats, dai documentari all'animazione; in alcune occasioni collabora con la struttura di Rai Fiction e le case di produzione per la produzione di fiction televisive (è stato così ad esempio per *Madre Teresa*, del 2003, *San Pietro* e *Edda*, entrambi del 2005, *Sant'Agostino*, del 2009). Cfr. www.raitrade.it.

333 Da un rapporto del 2007 sul ruolo strategico del comparto dell'industria "delle fiction" (cinema e televisione) per l'economia laziale, curato dall'Osservatorio Filas (Finanziaria laziale di sviluppo), emergeva che a Roma si concentra l'84% delle aziende nazionali che producono cinema e il 94% di quelle che realizzano fiction televisiva.

base operativa Roma, mentre gli sceneggiatori residenti altrove sono solo parzialmente “inseriti” nel campo (nel senso che stanno cercando di entrarvi o progressivamente di uscirvi) o sono consacrati al punto da non necessitare della vicinanza geografica per procacciarsi il “pane quotidiano”. Questo è il principale motivo per cui ho deciso di concentrare i miei sforzi d’indagine nella capitale, convinta di non aver trascurato una parte del corpo professionale considerato (chi vive e lavora fuori città) dal momento che il fenomeno di chi ha svolto la professione lontano da Roma per una parte della propria carriera risulta comunque ben rappresentato tra gli intervistati. Si vedano le note di una conversazione *off-record* avuta con Alessandra, da qualche anno trasferitasi a Bologna “per amore”:

«mi racconta che quando se n’è venuta via da Roma tutti le dicevano “*tu sei pazza... non dire che ti sei trasferita sennò non ti chiamano più*”. Alessandra ammette che pur lavorando per la televisione di fatto non ci sta dentro, “*perché mi defilo... anche lì sono scelte: ci sono quelli che si sono potuti costruire uno stile di vita ben più ricco del mio, ma hanno ovviamente fatto molti più sacrifici di me, hanno molto più lavorato di me, hanno accettato cose che gli facevano schifo, si sono dati molto da fare, hanno fatto un po’ di network, hanno fatto un po’ di conoscenze, si sono spesi, hanno creato cordoni insomma, io non sono molto capace di fare questo per cui mi sono accontentata di un ‘low profile’ proprio, accontentandomi di riuscire a pagare un affitto per una casa dignitosa*”. [...] In definitiva ammette di vivere il suo trasferimento come una specie di ritorno alla realtà delle cose. “*Sai, comunque è strano: tutti di solito tendono ad andare a Roma, io invece me ne sono andata [...] Poi il mio fidanzato fa un lavoro ‘vero’, concreto, lavora con i minori che hanno problemi psichiatrici [...] e per me è stata una boccata d’ossigeno [...] questa è la vita vera!*”, conclude ridendo. *E poi, a Roma o sei un nababbo o fai la fame, per questo si fa la televisione...*”» (note di campo, 18/04/08).

Dal discorso di Alessandra emerge quindi che l’importanza di stare a Roma, scelta che comporta innanzitutto un costo in termini economici, risiede non tanto nella possibilità o meno di lavorare quanto nella quantità di lavoro che ci si riesce a procacciare: se Alessandra riesce comunque a vivere di questo mestiere grazie agli amici (che abitano a Roma) e la chiamano per farle scrivere qualche sceneggiatura di puntata, è solo abitando il centro geografico del campo che si ha la possibilità di “*fare network*”, di essere dentro al sistema e ai suoi “*cordoni*”.

Quello della distanza spaziale dal *core* del campo è un dazio che ho dovuto pagare anch’io e un aspetto che ho vissuto come il maggior impedimento logistico alla ricerca. Il fatto di vivere prevalentemente a Trento ha richiesto infatti la programmazione di undici trasferte fissate secondo una tempistica che non mi facesse ogni volta perdere i contatti con quanti conosciuti precedentemente ma che mi permettesse allo stesso tempo di rendermi conto dell’evoluzione di alcuni microeventi lavorativi (progetti saltati, nuovi *step* di sceneggiatura, e così via). Questo significa che il processo di entrata-sfruttamento-uscita non è stato unitario, bensì frammentato in una serie di microprocessi: ogni volta che arrivavo a Roma la sensazione era quella di dover ricominciare daccapo, di essermi persa dei “pezzi”, di dover riconquistare la fiducia di quegli stessi con cui avevo creduto di essere entrata in sintonia, di dover ri-affrontare gli stessi tipi di negoziazioni, e poi

nuovamente alla partenza sentivo di aver accumulato un bagaglio di cose nuove, inaspettate, positive che mi davano l'impressione di aver fatto finalmente un passo in avanti. Fin dalle note di campo ho definito queste operazioni ripetute di “*entry-exit*” come l’*operazione bolla* e le ricadute che su di me avevano l’*effetto bolla*. Si vedano ad esempio gli appunti precedenti all’ottava trasferta:

«Quanto tempo di *stand-by*! Mi sembra di aver perso un po’ di dimestichezza con questi pazzi scatenati: non si capisce perché io non riesca a programmarli con un minimo di anticipo e parta sempre con appuntamenti fissati a metà, mezze promesse, “*sono incasinatissimo*”, “*nooooo... non possiamo fare la settimana dopo?!*”, ecc. E poi perché gli scrivo una mail e questi non mi rispondono per giorni?! Realizzo che aver fatto passare un mese senza quasi sentirli (anch’io sono stata *incasinatissima*!) mi ha fatto letteralmente regredire ai primordi in cui mi facevo problemi a chiamarli, mi lasciavo spaventare dall’agendina vuota... ARGGGH!» (note di campo, 04/07/08).

Se dunque il rientro nel campo è stato quasi sempre accompagnato da una buona dose di ansia all’idea di essere stata “dimenticata” e dal fatto che sulla distanza i “*pazzi scatenati*” si sono rivelati disponibili ad intermittenza (e con tempi di risposta alle mail non esattamente celeri), una volta entrata “in bolla” il mio adattamento è avvenuto in modo sempre più rapido e rilassato, grazie anche alla decisione di estendere la durata della mia permanenza (l’intero mese di ottobre 2008, ad esempio, l’ho passato in loco) e dalla conseguente possibilità di sfruttare opportunità dell’ultimo minuto e nuove conoscenze. Va detto che l’*effetto bolla* è per buona parte dovuto al fatto che mentre mi trovavo sul campo, lontano dai miei affetti e dalla quotidianità universitaria e casalinga e con poche amicizie nella capitale, mi sono quasi completamente dedicata al mondo che stavo studiando, in una commistione di vita privata e pubblica, momenti di svago e di lavoro, con l’impressione a tratti di star vivendo in una dimensione parallela e non in un campo di cui ero semplicemente una “*square*” [Becker, 1963].

Una volta definito come abbia conseguito l’accesso prima fisico e poi sociale al campo [Cassell, 1988], è arrivato il momento di mettere ordine a quel che è successo durante questi periodi etnografici. Per quanto riguarda invece il momento di allontanamento dalla realtà studiata (*getting out of place*) a cui ho fatto riferimento, sulla scia di Goffman, all’inizio di questa sezione tornerò a parlarne a conclusione della presente nota.

1.2. Interviste agli sceneggiatori

Gli sceneggiatori intervistati sono stati quarantatre, anche se l’essere presente in occasioni di incontro di vario tipo mi ha permesso di conoscere e raccogliere frammenti di vita lavorativa di una settantina di loro. Le interviste in profondità³³⁴, avvenute singolarmente (tranne in tre casi)³³⁵, sono state audio

³³⁴ Si vedano le Appendici: A in cui è riportata una breve biografia di ciascun intervistato che mostra il tentativo di raccogliere esperienze di vario tipo e storie di carriera eterogenee; B con il piano delle interviste corredato degli pseudonimi usati nei capitoli precedenti e delle date degli incontri; C con la traccia completa dell’intervista.

registrate (a eccezione di una per esplicita richiesta dell'intervistato e di alcuni incontri successivi con quelli che considero i miei "informatori" privilegiati)³³⁶, trascritte e analizzate con doppia procedura, una prima codifica aperta (*open coding*) grazie alla quale ho costruito uno scheletro operativo generale del lavoro e una seconda codifica di tipo analitico (*focused coding*) in cui ho proceduto ad un'etichettatura con Atlas.ti [Emerson, Fretz e Shaw, 1995]. Gli incontri hanno avuto una durata media di due ore/due ore e mezza (ma si sono protratti anche oltre le sei ore) ed erano articolati intorno ai seguenti nodi tematici:

- (a) presentazione di sé (età, provenienza geografica, studi, background socio-familiare);
- (b) carriera (percorso professionale e aspetti economici);
- (c) routines produttive (i modi di lavorare a una storia: tempi, luoghi, libertà creativa, lavoro in *team*);
- (d) aspetti relazionali (reti con gli altri sceneggiatori, vincoli e regole produttive dettate dal produttore e/o dal *network*, grado di interazione con il regista o i registi della storia sceneggiata).

Al termine di ciascuna intervista ho inoltre proceduto alla compilazione di note di contesto, sistematizzando le mie riflessioni sull'andamento della stessa, annotando ricorrenze e nuove suggestioni, resocontando gesti e avvenimenti che sfuggono alla semplice registrazione (mi sono anche avvalsa dell'uso di una macchina digitale per fotografare luoghi, scrivanie, angoli significativi) o momenti in cui il registratore era spento (racconti avvenuti prima o dopo l'intervista vera e propria e momenti di interruzione nel corso della stessa a causa di telefonate, visite o altro).

Il campione degli intervistati non è da considerarsi né casuale né strettamente rappresentativo, ma si avvicina a quello che Glaser e Strauss [1967] hanno definito come «*theoretical sampling*»³³⁷. Dopo un primo approccio «a *casaccio* (*accidental*)» [Gobo, 2001: 77], pressoché inevitabile dal momento che non

³³⁵ Due interviste sono infatti state effettuate in coppia ed una in trio: questo è avvenuto innanzitutto per questioni di comodità (i famosi "due piccioni con una fava") ma mi ha anche permesso di privilegiare con questi intervistati la riflessione sulle dinamiche di interazione lavorative, la consuetudine al lavoro in coppia (o di gruppo), la questione di un'identità autoriale condivisa al punto da fondersi in un *brand*.

³³⁶ Alcuni incontri successivi al primo non sono stati registrati per esplicita richiesta degli intervistati. Si veda ad esempio il seguente estratto: «Quando stiamo per uscire dall'ufficio, Marta mi chiede se oggi la registrerò (la scorsa volta, quando l'intervista era avvenuta in ufficio, mi aveva esplicitamente chiesto di non registrarla, salvo poi risentirsene alla fine dell'incontro), azzardo un sì e le chiedo se è un problema, mi risponde che paradossalmente il registratore è un aggeggio che la intimoriva molto meno le prime volte, quando non ci conoscevamo, mentre adesso è diverso (lasciando intuire un cambiamento nel nostro rapporto!)» (note di campo, 09/07/08). La presenza del registratore, insieme all'anonimato, costituiscono due elementi di segno opposto: se da un lato l'intervistato si sente tutelato dalla garanzia di non essere riconoscibile dall'altro il fatto che le sue parole rimangono impresse "su nastro" lo intimidisce, soprattutto negli incontri successivi al primo quando il rapporto stabilito tra intervistatore e intervistato porta il secondo ad aprirsi di più e il primo ad osare maggiormente nelle sue richieste dal momento che ha già testato la psicologia di chi ha di fronte.

³³⁷ Come osserva Silverman [2000: 159-160] questo tipo di campionamento ha tre caratteristiche: «(1) la scelta dei casi in relazione alla teoria; (2) la scelta dei casi devianti (3) la modifica dell'ampiezza del campione nel corso della ricerca».

conoscevo nessuno, mi sono posta come obiettivo di riunire diverse esperienze professionali e umane e ho quindi cercato di bilanciare il vissuto degli autori più “affermati” (secondo le indicazioni degli stessi intervistati) e più “stacanovisti” (secondo il numero di lavori firmati) e di giovani e neo occupati (collaboratori di sceneggiatori più anziani, ex-allievi delle scuole di sceneggiatura, ecc.); di sceneggiatori “specializzati” in formati seriali più lunghi insieme ad altri in genere “ingaggiati” solo per le miniserie; di professionisti freelance e di altri sotto contratto di “esclusiva”; di donne e di uomini; di romani di nascita e non; avendo cura di coinvolgere anche quegli sceneggiatori (ancora pochi) che hanno avuto modo di lavorare per il satellite e coloro che sono impegnati anche sul versante cinematografico. Alcuni contatti (8) sono il frutto della conoscenza diretta degli intervistati nel corso di occasioni pubbliche, per altri (6) alcuni amici (o amici di amici) hanno funzionato da intermediari (o da intermediari di intermediari), i restanti mi sono stati forniti dagli sceneggiatori già conosciuti in una sorta di “effetto valanga” in parte da me pilotato (chiedevo espressamente “*vorrei intervistare uno sceneggiatore alle prime armi*” oppure “*vorrei intervistare Tizio, tu lo conosci? Sai come posso arrivare a lui/lei?*”) e in parte subito (ho seguito spesso i consigli sulle persone da intervistare soprattutto nei casi in cui più d’uno mi segnalava lo stesso nome). Il fatto di essere “presentata” da un collega che già si era sottoposto all’intervista ha costituito un utile biglietto da visita³³⁸ e la garanzia di un’immediata disponibilità, tanto più se il legame tra gli interessati era stretto e il rapporto di stima reciproco, oltre che un ottimo modo per rompere il ghiaccio iniziale parlando dell’unico elemento di connessione tra me e l’intervistato³³⁹.

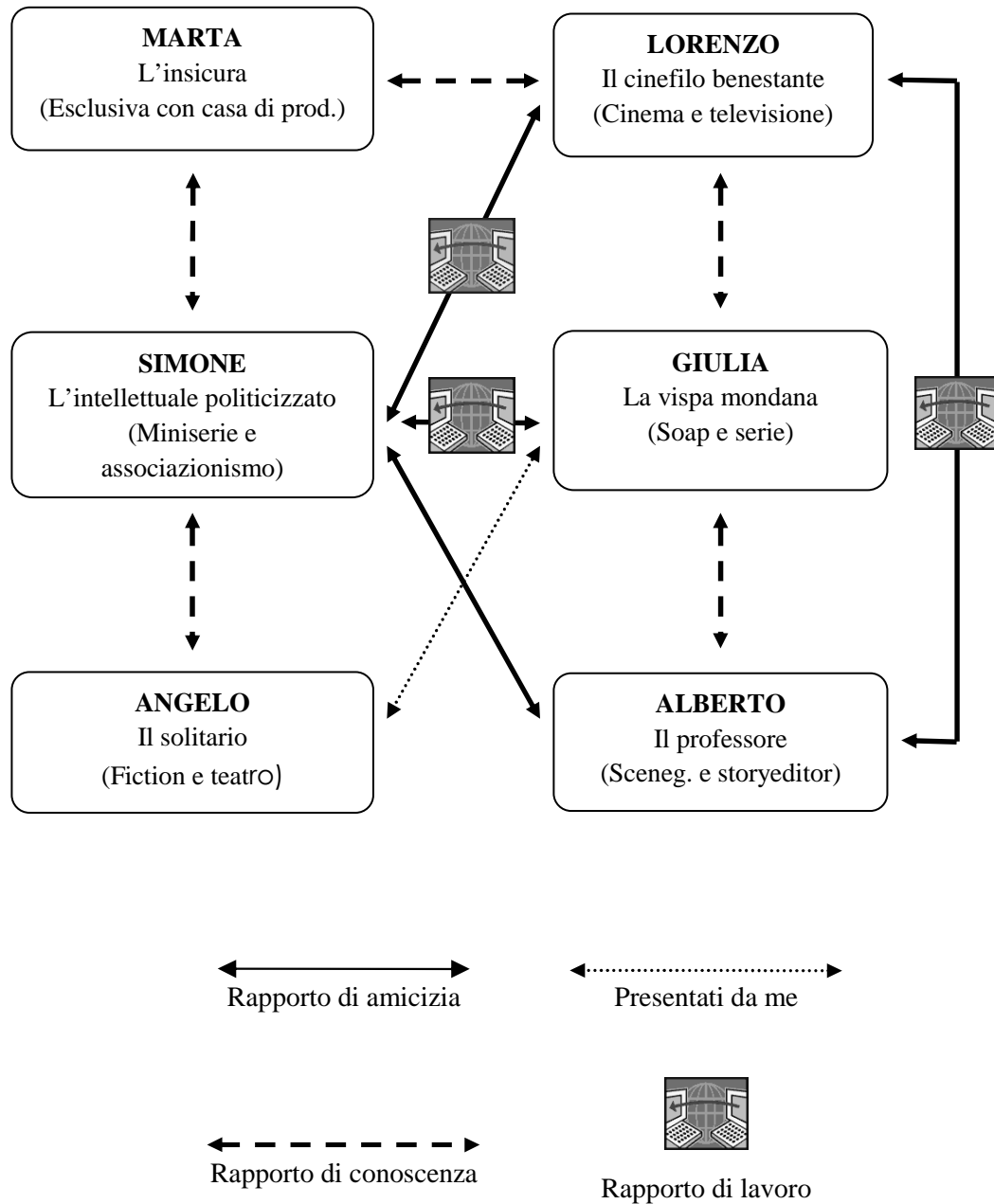
Con (quasi) tutti ho continuato ad avere rapporti telematici e molti li ho incontrati più o meno casualmente in occasioni pubbliche, avendo così l’occasione di approfondire alcuni aspetti o chiedere chiarimenti (via mail) o di informarmi sui risvolti della loro vita lavorativa successiva all’intervista (dal vivo). Quattordici di loro sono stati intervistati a più riprese: ciò è avvenuto se il primo incontro non era stato sufficiente a completare l’intervista o se nel corso della stessa erano emersi aspetti che ritenevo opportuno approfondire o in seguito all’invio dei materiali di lavoro (i testi oggetto del capitolo quinto) che abbiamo discusso insieme. Questi rapporti continuativi mi hanno permesso di toccare con mano la precarietà lavorativa sul breve periodo (progetti bloccati, litigi con la produzione, seconde serie annullate per scarsi ascolti, ecc.) e al tempo stesso di seguire i diversi *step* per la costruzione di un prodotto televisivo. Sei di questi

³³⁸ In alcuni casi lo sceneggiatore chiamava in mia presenza il potenziale intervistato avvisandolo che stava per passarmi il suo contatto ed anticipandogli chi fossi e i motivi del mio interesse. In altri casi, quando non ero stata preventivamente annunciata, ho fatto precedere la mia chiamata da un sms, più raramente da una mail, in cui dichiaravo come avessi avuto il contatto, mi presentavo brevemente e chiarivo che avrei chiamato per fissare un appuntamento. Gli intervistati stessi hanno in seguito ammesso di aver apprezzato questa formula di approccio considerata *friendly* e al tempo non intrusiva.

³³⁹ Molte delle interviste hanno avuto inizio parlando del “nostro” contatto: gli intervistati mi chiedevano notizie del collega che non sentivano/vedevano da molto, informandosi sul suo lavoro o su dettagli privati (cose del tipo “*ha avuto un figlio di recente, vero?*” oppure “*sei stata a casa sua? È fighissima!*”), oppure ricordando i progetti fatti insieme, o ancora informandosi con tono scherzoso sull’andamento dell’intervista (“*ti avrà raccontato un sacco di fregnacce! oppure chissà cosa ti avrà detto di me!?*”).

“intervistati speciali” (Alberto, Angelo, Giulia, Lorenzo, Marta e Simone) sono diventati i miei *angeli* sul campo o, per dirla con Dalton [1959], degli «alleati interni». La loro funzione è stata duplice: da una parte, hanno facilitato (e accelerato) la mia comprensione del “mondo dell’arte” e del loro gruppo professionale, sono stati cioè degli “informatori” nel senso più classico del termine, ovvero quei fidati appigli scelti dal ricercatore affinché «lo aiutino a cogliere il significato di azioni, parole e simboli, lo assistano nella sua attività di comprensione, gli svelino nuovi schemi di osservazione» [Gobo, 2001: 100]; dall’altra parte, si sono rivelati degli *sponsor* della mia attività di ricerca rendendo il mio posizionamento nel campo più agevole (vorrei quasi dire naturale) sia agli occhi degli altri *insider* sia ai miei stessi occhi. La loro opera di sponsorizzazione è avvenuta principalmente in due modi: presentandomi a chiunque si trovasse a tiro nelle occasioni pubbliche a cui presenziavo insieme a loro (“*conosci Sara? Sta facendo una ricerca sugli sceneggiatori*”) e parlando della ricerca che stavo svolgendo anche quando non ero presente (come ho avuto modo di scoprire in più di un’occasione quando presentandomi a qualcuno mi sono sentita rispondere “*Alberto mi ha parlato di te!*” o “*ah, la sociologa!*”) [Junker, 1960: 37]. Riprenderò questo aspetto anche in seguito, a proposito dell’identità e dei ruoli che il ricercatore assume nel campo, mentre vorrei spendere ancora qualche riflessione su questi *angeli* (loro malgrado, forse). Nel grafico che segue ho sintetizzato questa sorta di campo in miniatura, segnalando per ciascun *insider* alcune caratteristiche peculiari e il grado di interazione tra loro.

Tab. 1. I miei “angeli” sul campo



Credo che i diversi vissuti professionali dei miei *angeli*, le posizioni da loro occupate all'interno del campo e le mansioni differenti, insieme alla struttura polimorfica dei rapporti che li legano (di amicizia, di conoscenza, di estraneità), li abbia resi indispensabili ma solo nell'unione dei rispettivi punti di vista. Cardano [1997: 7] mette comunque in guardia sui problemi che la figura dell'informatore solleva dal momento che non sempre le persone più collaborative e disponibili

«sono anche le più informate» e che la scelta sbagliata dell'informatore potrebbe chiudere delle porte al ricercatore ed essere quindi più d'ostacolo che d'aiuto. In questo caso, sei voci mi sembrano un numero sufficiente per ovviare al problema di una conoscenza poco accurata da parte dell'informatore; ciascuno dei miei *angeli* poi era più "esperto" degli altri per alcuni aspetti precisi del campo³⁴⁰ rispetto ai quali è stato letteralmente "messo sotto torchio". Quanto al fatto di rappresentare un ostacolo, ho sempre cercato di non palesare troppo i miei rapporti privilegiati (gli stessi informatori, a parte quelli che si frequentavano assiduamente, non erano al corrente delle persone con cui avevo più contatti) e di "utilizzarli" solo quando ero certa della stima tra gli interessati: le volte in cui qualcuno ha manifestato il suo giudizio negativo verso uno dei miei informatori, mi sono limitata ad ascoltare o ad ammettere semplicemente che "*sì, l'ho conosciuto*"³⁴¹; e similmente, quando mi veniva riferito lo stesso episodio da due informatori diversi e ciascuno forniva la propria versione dei fatti ho sempre finto di sentire la storia per la prima volta e non ho preso posizione, anche quando mi sono resa conto di essere in possesso di più informazioni degli informatori stessi³⁴².

Torno ora a concentrarmi sull'intero *corpus* di interviste per definire il *setting*, la modalità di interazione con gli intervistati, le principali retoriche di rappresentazione di sé messe in atto nel corso dell'intervista. Le interviste sono avvenute in ambienti privati, come la casa o l'ufficio dell'intervistato, o comunque in location da lui/lei scelte, come ristoranti, bar, giardini; la maggior parte si sono svolte ad orario di pranzo, aperitivo o cena. Le case molto curate, con oggetti di design, mobili da rivista d'arredamento e apparecchiature costose (televisori a molti pollici, computer mac, blackberry, ecc.), situate in zone *chic* della città (il quartiere Prati ad esempio), ma anche molti dei locali scelti per gli incontri (alla moda e raffinati) dove nonostante le mie resistenze gli intervistati

³⁴⁰ Giulia, provenendo dal mondo della soap, ne conosceva alla perfezione i meccanismi e gli sceneggiatori collegati a quel circuito; Marta, che lavora stabilmente per una casa di produzione e partecipa più attivamente di altri a tutte le fasi produttive, mi è stata utile per accedere ad alcuni "segreti" aziendali, inclusi i rapporti tra il produttore e la rete; Simone è stato una specie di memoria storica degli eventi storici, giuridici, economici, ecc., che hanno interessato la fiction dalle sue origini; così come Alberto che ha studiato la situazione del settore televisivo negli altri paesi europei e negli Stati Uniti; Lorenzo, regista e sceneggiatore cinematografico, mi è stato utile nello sforzo di accostamento dei due mezzi; Angelo, infine, incarna lo stereotipo dello sceneggiatore come "lupo solitario" e si è rivelato un analista impietoso e attento della propria categoria professionale, delle sue "*sfighe*" ("*a questo punto avrai capito che gli sceneggiatori sono sfigatissimi*") e dei rapporti tra questa e le diverse case di produzione.

³⁴¹ Solo in un'occasione mi sono sentita in qualche modo "scoperta": ad una cena di compleanno a casa di Giulia dopo che avevo trascorso parecchio tempo chiacchierando con Simone, Filippo (intervistato qualche tempo prima e amico di Giulia) mi ha incalzato con un "*quindi il tuo maggior referente è XXXX [cognome di Simone]?*". Ho spiegato a Filippo che avevo incontrato Simone, Giulia ed altri più volte, che mi avevano dato una mano a capirne qualcosa di più del loro mondo, e con un "*se vuoi puoi rifarti... tiro fuori il registratore?*" ho rotto il (mio) imbarazzo e abbiamo iniziato a chiacchierare. In seguito a quell'occasione anche Filippo è rientrato nel gruppo delle mie frequentazioni più assidue.

³⁴² Questo è accaduto in particolare in un'occasione, quando ho saputo della volontà di uno degli informatori di far saltare un progetto d'accordo con il regista e all'insaputa di un altro dei miei informatori. Nel rispetto delle confidenze ricevute non ritengo opportuno, né credo sia necessario, aggiungere altri dettagli.

hanno pagato anche per me³⁴³, mi hanno dato la misura (prima ancora di conoscere i reali compensi) di uno standard di vita piuttosto elevato (soprattutto presso gli occupanti il centro del campo).

Sono altresì convinta che la situazione “casalinga” o comunque “conviviale” abbia facilitato la confidenza reciproca e contribuito a creare un clima di dialogo rilassato, dove il *tu* colloquiale ha presto sostituito il *lei* (“*nel nostro ambiente non ho mai sentito nessuno darsi del lei*” afferma, tra gli altri, Simone). Lo stesso rito del consumare il pasto insieme, di rimanere seduti a tavola ad oltranza, di condividere un tratto di strada per accompagnarmi verso la metro o darmi uno *strappo* verso la mia “casa” temporanea, ha dilatato i tempi degli incontri e lasciato tutto lo spazio anche per soddisfare le loro curiosità nei miei confronti (questo aspetto sarà approfondito nella seconda parte del capitolo). La modalità del *vediamoci per pranzo o per cena* poi è un *modus agendi* al quale sono stati socializzati, nel senso che ricalca la pratica – consolidata in questo mondo come una sorta di «rito tribale» [Ephron, 1969]³⁴⁴ – degli incontri di lavoro (con il proprio agente, con un collega, con i funzionari delle reti, con un produttore, ecc.) preceduti o seguiti dal pasto o consumati durante lo stesso: l’informalità del *setting* e del momento si rivela infatti fruttuosa per stringere accordi, accaparrarsi un lavoro, far circolare un progetto, capire “che aria tira”.

Pur nella difficoltà iniziale di convincere gli sceneggiatori non tanto a sottoporsi all’intervista quanto a trovare del tempo libero (gli appuntamenti hanno più volte subito spostamenti dell’ultimo minuto), tutti una volta iniziata la conversazione non si sono fatti problemi di orario, cosa che peraltro testimonia la flessibilità del loro lavoro e la possibilità di ritagliarsi dei tempi anche più lunghi rispetto a quanto preventivato. Gli intervistati si sono così dimostrati particolarmente desiderosi di raccontarsi, di denunciare le anomalie di un sistema in cui si sentono creativamente limitati, di ricordare aneddoti e ricostruire dinamiche produttive di progetti passati, arrivando spesso ad affidare alle orecchie di una sconosciuta racconti di vita e crisi personali. Questa rilassatezza nel parlare di sé con un’estranea, mi ha rapidamente fatto prendere consapevolezza del fatto che mi stavo rapportando a persone abituate a gestire con cura la propria immagine pubblica (perché anche di qui passa l’approvvigionamento del lavoro), a discutere del proprio mestiere e a difenderlo se necessario, oltre che a rilasciare interviste (a stampa, radio, televisione, ma anche ad altri studiosi)³⁴⁵. Di conseguenza mi sono chiesta quanto l’essere socializzati alla messa in scena della propria storia lavorativa, a recitare il proprio ruolo professionale *a beneficio degli altri*, potesse influire sulla rappresentazione di sé di cui ero spettatrice [Goffman, 1959]³⁴⁶. Qual è – mi chiedevo intenzionata a non farmi *fregare* – l’impressione

³⁴³ Solo negli incontri successivi al primo o quando si trattava di colazioni o aperitivi (quindi con una spesa più contenuta) sono riuscita a pagare io, cosa che si è verificata più spesso con le donne che con gli uomini [Cfr. Arendell, 1997: 362].

³⁴⁴ La scrittrice che riflette, con una punta ironica, sul rito del pranzo nell’ambiente editoriale newyorkese parla di un vero e proprio «*lunch circuit*».

³⁴⁵ Anche se in generale sostengono che “*lo sceneggiatore non se lo caga mai nessuno*” (Lorenzo) e che ad essere intervistato è sempre il regista, basta sfogliare le pagine dello spettacolo sui quotidiani o le riviste specializzate di cinema e televisione per vedere che anche loro sono avvezzi all’intervista “promozionale”.

³⁴⁶ «Generalmente la rappresentazione di un’attività è, in certa misura, diversa dalla attività stessa e quindi inevitabilmente la falsa» [Goffman, 1959: 77].

idealizzata di sé che, più o meno coscientemente, stanno cercando di *vendermi*? Qual è il *lavoro sporco* che mi tengono nascosto? In cosa le pratiche lavorative che mettono in atto nel loro quotidiano tradiscono i più nobili ideali e l'immagine di professionista “senza macchia e senza paura”? Seguitando nell'assillo quasi paranoico di non essere stata abbastanza scaltra da accorgermi di chi stesse recitando una parte di sé fin troppo “azzimata”, sono giunta ad individuare tre principali retoriche nella performance di sé, attuate ora congiuntamente ora a momenti alternati ora seguendo coerentemente una delle tre strade:

- (1) la retorica del perseguitato o della “Cenerentola” in base alla quale l'intervistato recita la parte del “povero” sceneggiatore, bistrattato e incompreso, con la tendenza a piangersi addosso e a leggere ogni *routine* produttiva come un segnale della scarsa considerazione in cui è tenuto;
- (2) la retorica del profeta ovvero di colui che sapeva già tutto in anticipo, una specie di “iettatore” dal momento che le sue previsioni sono tutte in negativo (lui/lei sapeva che quella serie sarebbe stata un flop, che il tal sceneggiatore si sarebbe “sputtanato”, ecc.) e allo stesso modo prefigura tragici scenari per il futuro (una “carestia” di lavoro, una fiction sempre meno di qualità e così via);
- (3) la retorica di Pilato propria di chi, appunto, se ne lava le mani, assumendo un atteggiamento di presa di distanza dal proprio lavoro (la colpa di una fiction “brutta” non è mai sua, ma del regista, degli attori, della rete, degli investimenti scarsi, dei costumi, ecc.) e di indifferente resa al sistema per cui lascia che a condurre le battaglie siano gli altri, sottraendosi di fatto dalla mischia come se non fosse affar suo.

Al di là di questi appariscenti “vestiti di scena”, credo che il pericolo di vedere solo la *ribalta* del lavoro dello sceneggiatore sia stato fugato in parte dall'aver sfruttato, laddove se n'è presentata l'opportunità, la possibilità di combinare le interviste con momenti di osservazione partecipante in situazioni di vario tipo (si veda più avanti) vanificando forse quella che Goffman definisce la «segregazione del pubblico» (in base alla quale un attore avrà cura di non rappresentare diverse parti o *routine* davanti allo stesso pubblico) [1959, 60-61]; in parte dalla continuità di interazione nel tempo con gli intervistati che ha portato ad un progressivo abbassamento delle difese e ad un rapporto più confidenziale [Miller, 1952]; e in parte dalla garanzia di anonimato. Qualcuno infatti ha ammesso di sentirsi sollevato alla notizia di non essere “riconoscibile”, altri si sono preoccupati di sapere come avrei fatto a schermare i nomi e le situazioni riferite, e perfino coloro che affermavano di “fregarsene” dell'anonimato e di non avere paura di dichiarare apertamente le proprie posizioni (anzi di averlo già più volte fatto pubblicamente) finivano per sincerarsi quando temevano di essersi “esposti” troppo con espressioni del tipo “tanto questo poi lo tagli” (Carla) o “comunque è una tua tesi, non è una roba che va poi sui giornali?!” (Elena) oppure hanno fatto le dichiarazioni che ritenevano più “pericolose” solo *off-record*.

In sintesi, gli sceneggiatori intervistati hanno confermato nelle interviste la loro essenza di “narratori di storie”: raccontando con prolisso entusiasmo la propria storia, dimostrando curiosità ed interesse verso la ricerca (oltre che per la mia vita!), e – forse lusingati dal fatto che «l’interesse accademico “rispettabile” si concentrasse sul loro lavoro» [Cottle, 1998: 54] – approfittando del microfono per una volta puntato verso di loro per togliersi qualche sassolino dalla scarpa.

1.3. Interviste ad osservatori privilegiati

Dal momento che gli sceneggiatori non sono gli unici attori cruciali nel processo di costruzione di una fiction televisiva, ho effettuato altre 22 interviste ad osservatori privilegiati, individuati a partire dalle storie raccolte presso gli sceneggiatori. Si tratta di persone che a vario titolo incidono sul mestiere dello sceneggiatore, in quanto responsabili della sua formazione (i docenti) e della sua “difesa” e sponsorizzazione (gli agenti), in quanto colleghi-artisti (i registi) in un rapporto di eterno *odi et amo*, in quanto “datori di lavoro”, committenti e giudici ultimi del suo operato (i produttori e i referenti per le reti). Nello specifico, ho intervistato:

- quattro “funzionari” Rai Fiction (tra capistruttura, *producers* ed editor) ed uno interno alla struttura RaiTrade;
- quattro dipendenti R.T.I (tra capi area, produttori ed editor);
- tre registi (un affermato regista di miniserie e film-tv, una regista di serie medie, un giovane regista con una sola esperienza di fiction all’attivo al momento dell’intervista);
- sei esecutivi in altrettante case di produzione (tra responsabili di produzione e story-editor);
- due agenti i cui studi rappresentano più della metà degli intervistati;
- l’editore della rivista «Script» (rivista quadrimestrale di scrittura per il cinema e lo spettacolo) nonché direttore del “Corso Rai Script” che si tiene annualmente presso la sede Rai di viale Mazzini e il vicepresidente dell’Osservatorio sulla fiction (OFI), che è anche docente universitario di “Tecniche di sceneggiatura” e nel corpo insegnanti del “Corso di creazione e produzione di fiction” del Centro Sperimentale di Cinematografia con sede a Milano³⁴⁷.

Questi incontri, più brevi e circostanziati rispetto alle interviste discusse nella sezione precedente (in media tra una mezz’ora e un’ora), sono serviti per far emergere il tipo di rapporti che altre figure coinvolte nella produzione di una fiction intrattengono con lo sceneggiatore, come venga percepito il lavoro del “narratore” di storie per la televisione e quale sia l’immagine che l’intera categoria offre di sé all’esterno. Ciascun intervistato inoltre ha raccontato in che cosa consistesse il proprio ruolo professionale, fornendomi informazioni “tecniche” sul mondo della fiction rispetto all’area “di competenza” di ciascuno: ad esempio, i funzionari di rete mi hanno illustrato l’organizzazione interna delle

³⁴⁷ Per la lista completa degli intervistati e dei ruoli svolti si rimanda all’Appendice D.

strutture fiction dei due network (ovvero Rai Fiction e RTI) e i dipendenti delle case di produzione quella dei rispettivi posti di lavoro (divisione dei ruoli, numero dipendenti, organizzazione del lavoro, ecc.). Il contatto con queste figure mi è stato fornito dagli sceneggiatori stessi che hanno funzionato da “intermediari” [Gobo, 2001] presso agenti, registi, e docenti, e per il primo contatto con i network dove i primi intervistati (un capo struttura Rai Fiction e un capo area RTI) sono stati poi “garanti” per le successive interviste.

Gli incontri con l'altra figura artistica “vitale” dell'intero processo, il regista, hanno ricalcato quelli avvenuti con gli sceneggiatori, sia per la modalità di interazione intervistatore-intervistato sia per le posizioni espresse rispetto all'eccessiva ingerenza delle reti nelle questioni artistiche e alla mancanza di una spinta innovativa propria del mezzo televisivo, seppur con toni meno accesi, sicuramente dovuti ad una maggior libertà autoriale storicamente riconosciuta al regista e al fatto che sul set egli non subisce un controllo stringente da parte delle reti e del produttore (a meno che non sfori nei tempi e nel budget a disposizione). Di natura diversa invece sono stati i rapporti con gli altri osservatori privilegiati presso i quali ho registrato un maggior numero di rifiuti (le resistenze maggiori a farsi intervistare provengono dai “capi” delle case di produzione) e di accessi negati, oltre che un atteggiamento più sospettoso nei miei confronti, in alcuni casi (solo un paio per fortuna) quasi ostile, e una scarsa propensione a svelarsi troppo. Ritengo che la difficoltà ad ottenere informazioni sia legata a ragioni di vario tipo, diverse a seconda dei soggetti in questione ma tutte tese a loro modo alla tutela di qualcuno o qualcosa (ad esempio l'organizzazione per cui si lavora).

Una prima motivazione potrebbe essere di natura puramente “protettiva” nei confronti degli sceneggiatori. Gli agenti ad esempio tendono sia a salvaguardare i propri assistiti, avendo cura di non sbilanciarsi troppo nel mettere a nudo le loro umane fragilità, sia a non “scoprirsi” circa le strategie di *packaging* che mettono in atto per riuscire a contrattualizzare più professionisti possibile della propria scuderia per lo stesso progetto. Discorso simile può essere fatto per i docenti delle scuole nei confronti dei propri allievi. Un episodio in tal senso è illuminante: avevo deciso di condurre due focus group presso le scuole che propongono corsi specifici per sceneggiatori televisivi. Se nel caso del corso Rai Script si è semplicemente verificato un problema di incompatibilità di tempi (il corso è partito a gennaio 2009 quando mi trovavo già all'estero per ragioni di studio), per quanto riguarda il Corso di creazione e produzione Fiction di Milano (iniziato a luglio 2008) il collegio docenti ha fatto *dietrofront* in seguito ad un primo assenso verbale e all'accordo su una data di massima per lo svolgimento del focus. Dopo aver messo a punto la traccia del focus³⁴⁸, l'ho fornita ai docenti della scuola, che ne avevano fatto esplicita richiesta: mi è stato quindi notificato che i professori avevano collegialmente negato il permesso a svolgere il focus, ritenuto “*turbativo*” per gli allievi stessi. Si veda al riguardo il seguente estratto:

³⁴⁸ Accanto al contesto di partenza degli aspiranti sceneggiatori (età, provenienza, background scolastico e familiare), mi interessava approfondire l'orizzonte simbolico, le aspettative e le disposizioni dei futuri entranti nel campo. In particolare, i due aspetti che si intendeva discutere con il gruppo di partecipanti riguardavano da un lato l'utilità di una scuola per imparare un mestiere di tipo creativo, e dall'altro il ruolo dello sceneggiatore, in termini di autonomia operativa, all'interno della macchina produttiva.

“I nostri allievi hanno appena iniziato un percorso lungo due anni: è nostra cura creare un ambiente ‘protetto’ dalle turbolenze esterne, in cui sia possibile portare avanti un percorso didattico complesso. Tanto che gli stessi docenti-professionisti adottano uno stile di comportamento molto preciso che tende a escludere, soprattutto in queste fasi iniziali, quegli aspetti problematici della professione che tu invece vuoi introdurre” (comunicazione mail, 21/11/08).

Il timore dunque era che gli studenti si trovassero a fare i conti con affermazioni pesanti, sebbene realistiche, provenienti dal mondo professionale cui aspiravano, cosa che contraddiceva l'impostazione rassicurante della scuola, che, proprio per consentire un inserimento graduale dei partecipanti in quel mondo lavorativo, ha la durata di due anni. Questo mi ha portato a rinunciare ad una riflessione più circostanziata su coloro che aspirano ad entrare nel campo esaminato. L'utilità delle scuole di sceneggiatura in generale, come bottega creativa, come fornitrice di strumenti tecnici e regole di scrittura, e come crocevia di contatti, è stata comunque discussa con gli intervistati, in particolare con un'ex studentessa della scuola di Milano, con la quale ho approfondito il percorso all'interno della scuola e la difficoltosa entrata, sua e dei suoi colleghi, nel mondo della scrittura televisiva.

Una seconda motivazione, sulla quale ritornerò nella seconda parte di questa nota, ad una certa ritrosia nel sottoporsi all'intervista e alla tendenza a dare risposte e spiegazioni vaghe potrebbe essere di ordine “strategico”: i produttori e il network hanno infatti tutto l'interesse a non rendere noti i propri processi decisionali e insieme potrebbero temere una fuga di notizie per bocca di un *outsider*³⁴⁹.

Le interviste con gli osservatori privilegiati, nonostante le difficoltà che le hanno caratterizzate fin qui esposte, si sono rivelate utili per aver allargato la mia conoscenza del campo studiato, mitigando il rischio di un'eccessiva empatia con i principali soggetti in esame e suggerendo suggestivi scenari di ricerca futura.

1.4. Lo sceneggiatore al lavoro

Il conseguimento di un “accesso sociale” al campo [Cassell, 1988], dato dal consenso sul mio progetto conoscitivo e da rapporti di fiducia privilegiati con alcuni sceneggiatori [Gobo, 2001: 94], ha comportato la possibilità, sulle prime negatami, di vedere lo sceneggiatore al lavoro e di superare in parte la sola «resa teatrale» dello stesso [Goffman, 1959], problema a cui le interviste mi avevano posto di fronte³⁵⁰. Sono stati principalmente due i momenti lavorativi osservati: le

³⁴⁹ Un intervistato ad esempio si è mostrato subito a disagio per la presenza del registratore e durante la nostra conversazione si è fermato spesso a fissarlo: quando alla fine dell'intervista gliel'ho fatto notare mi ha raccontato di un suo ex-flirt, una giornalista (particolare a lui sconosciuto durante la loro breve relazione), che aveva “spifferato” particolari riservati sull'azienda che lui ingenuamente le aveva riferito.

³⁵⁰ Goffman [1989: 113] sostiene l'utilità di «cercare situazioni con più persone. Le situazioni a due non vanno bene perché le persone possono mentirvi più facilmente quando sono sole con voi. Ma se ci sono tre persone, ciascuno deve mantenere i propri legami con altre due persone (oltre a voi), e ci sono limiti a come si possa riuscire a fare questo. Quindi in una situazione a più persone avete migliori possibilità di vedere le cose come sono di solito».

riunioni di sceneggiatura, dette anche *brainstorming*, in cui lo sceneggiatore lavora insieme ad altri colleghi ad una storia che viene costruita di concerto, e la presenza (fatto inusuale) dello sceneggiatore sul set.

La presenza non continuativa sul campo insieme ad una discrasia di tempi tra il mio lavoro e la “vita” di una fiction [Newcomb, 1976] ha precluso di fatto la possibilità di seguire etnograficamente gli sviluppi di uno stesso progetto, attraverso uno studio di caso. Ho quindi riflettuto sulle fasi di lavorazione che contraddistinguono la carriera di un prodotto sulla base dei racconti (“in differita”) da parte degli sceneggiatori stessi (e degli altri attori coinvolti) e cercando di ottenere l’accesso ad alcuni dei momenti in cui il prodotto prende forma.

Innanzitutto mi sono concentrata sulle occasioni di scrittura non solitaria, prendendo parte a tre tipi diversi di riunioni di sceneggiatura: (1) a ottobre 2008 ho trascorso tre giornate nella redazione di una soap (*‘Cento Vetrine’*, in onda su Canale Cinque nel *daytime* e prodotta da MediaVivere) (2) a luglio 2008 ho partecipato ad una riunione di sviluppo di una serie, precisamente nel momento di ideazione dei casi di puntata (*‘Distretto di polizia 8’*, in onda su Canale Cinque nel *prime time* e prodotta da Taodue) (3) a dicembre 2008 ho assistito a due riunioni di scalettatura per una sceneggiatura cinematografica (adattamento di un romanzo prodotta da IIF, ancora in lavorazione). Se i primi due casi sono stati l’occasione di vedere all’opera lo sceneggiatore televisivo, ragionando su come concretamente si muova tra i paletti produttivi, il terzo mi ha consentito di riflettere sulle differenze (e le somiglianze) tra la scrittura per il cinema e per la tivù, argomento interessante, se si considera che i due sotto-campi sono tutt’altro che impermeabili l’uno all’altro e che in particolare quello cinematografico rappresenta l’aspirazione ultima di molti degli intervistati. Se in ogni ambiente il clima risultava particolarmente rilassato, complice un rapporto di lavoro consolidato (nel primo caso), un fortunato affiatamento di breve periodo (nel secondo), una stima lavorativa divenuta amicizia nel privato (nel terzo), segno che il *brainstorming* di sceneggiatura comporta, ad ogni livello, un grado di confidenza e condivisione profonde, i tre *setting* appaiono d’altro canto molto distanti non solo per i diversi momenti ideativi in essi fotografati e per i tre differenti formati, ma anche per la modalità di accesso e il contesto lavorativo osservato.

Nel primo caso è bastata la presenza di un intermediario che mi ha messo in contatto con uno dei capi-scrittura: i ritmi “industriali” del lavoro di sceneggiatura sulla lunga serialità, una modalità creativa che definirei *diffusa* (con un numero elevato di sceneggiatori coinvolti che entrano ed escono continuamente dalla creazione, movimento spazialmente evidente nello spostamento dei soggetti tra le diverse stanze della lavorazione)³⁵¹, insieme all’abitudine di *avere intorno* visitatori esterni (altri sceneggiatori amici, giornalisti, stagisti, studenti) ha reso

³⁵¹ Uno degli sceneggiatori conosciuti durante l’osservazione ha significativamente accostato il lavoro quotidiano di *redazione* alla modalità classica con cui si scrivevano le commedie all’italiana (“*le famose ammicchiate [...] non sono assolutamente differenti da quello che accade qui... anzi!*”): osservava infatti come nonostante la rigida divisione dei ruoli tipica del reparto scrittura di una soap (da lui definita *affinamento delle competenze*) il ragionamento sull’impianto narrativo fosse il risultato di un confronto e di uno scambio costante e offrisse “*un’immagine moderna dell’epoca d’oro del cinema italiano*”.

agevole e non-problematica la mia presenza. L'osservazione è avvenuta nell'appartamento di MediaVivere in via Chinotto (quartiere Prati) dove lavora l'intero reparto scrittura (una quindicina circa di persone): nelle sei stanze si lavora simultaneamente a *step* diversi di un blocco da cinque puntate. Di queste ne ho privilegiate due: la stanza degli *head writer* che nelle giornate di osservazione stavano lavorando ad una macro-linea narrativa particolarmente "spinosa" di cui la rete non aveva gradito il primo sviluppo, e la stanza degli *story liner* impegnati nell'ideazione di un blocco settimanale (si veda l'immagine). Con gli "abitanti" delle altre stanze ho invece avuto conversazioni separate durante la pausa pranzo, fuori dall'orario di lavoro, o nel corso di giri di ispezione all'appartamento.

Nel secondo caso invece, in cui l'osservazione è avvenuta in una stanza della casa di produzione Taodue in via Pompeo Magno (sempre nel quartiere Prati) alla presenza di quattro sceneggiatori, due dei quali precedentemente intervistati, l'accesso categoricamente negato da uno dei due, che adduceva come principale motivazione l'intimità della dinamica di interazione e il conseguente disagio che la mia presenza avrebbe comportato ("*è uno di quei casi in cui l'osservatore stravolge moltissimo il sistema, lo falsa [...] tutti noi siamo disposti a ragionare su come funziona la cosa però far vedere esattamente come lavori no!*"), è stato concesso senza problemi dal capo-scrittura: ritengo che sia l'autorità rivestita all'interno del team sia la sua provenienza dal mondo della soap lo abbiano portato a non considerare gravosa o eccessivamente intrusiva la mia presenza e ad acconsentire all'accesso senza interpellare i suoi "sottoposti", nonostante fosse a conoscenza del precedente rifiuto³⁵². Va detto comunque che non si trattava né di una serie nuova ("*se fosse una serie nuova non ti farebbero neanche entrare perché c'è sempre questa sensazione di: oddio, mi rubano le idee!*") né della fase più delicata di ideazione iniziale, quando lo stesso gruppo si sta ancora studiando e la storia è al suo "grado zero", per cui "*magari capita la giornata in cui non concludi niente, arrivi a fine giornata sei incazzato nero perché hai speso otto ore, hai un mal di testa furibondo e non hai scritto una riga*"³⁵³.

Nel terzo caso è stato imprescindibile per ottenere l'accesso il rapporto di fiducia stabilito con entrambi gli sceneggiatori, già ripetutamente intervistati: la familiarità con i soggetti coinvolti, oltre che con il luogo in cui si sono svolte le riunioni (lo studio di uno dei due nel quartiere San Lorenzo), ha fatto sì che, per quanto marginale rispetto al lavoro complessivo, questa osservazione possa considerarsi la più "riuscita" e la più "promettente" per le possibilità di ricerca future. Ritengo infatti che solo con alte premesse "fiduciarie", oltre che con tempi di ricerca più dilatati, sia possibile pensare ad uno studio di caso in questo "mondo dell'arte" e che questo lavoro potrebbe essere la base di partenza per una più mirata esperienza di osservazione partecipante.

³⁵² Possiamo affermare che in questo caso l'equipe abbia un riconosciuto regista con «il compito di «rimettere al suo posto» qualsiasi membro dell'equipe la cui rappresentazione diventi sconveniente», ma anche di «stimolare una dimostrazione di impegno appropriato: «scaldare l'ambiente» e di «distribuire le parti nella rappresentazione» [Goffman, 1959: 116-117]. Di conseguenza chi possiede la leadership di regia sarà oggetto di atteggiamenti diversi da parte dei membri rispetto a quelli attuati con gli altri compagni.

³⁵³ In questo caso non ho riportato gli pseudonimi degli intervistati perché la loro identità sarebbe "scoperta" anche per tutte le altre loro affermazioni riportate in questo lavoro.



Riunione di sceneggiatura Cento Vetrine (stanza *head-writer* e stanza *story-liner*)



Riunione di sceneggiatura *Distretto di Polizia 9* – Riunione di sceneggiatura film per il cinema

Come anticipato, le riunioni di sceneggiatura, o *brainstorming*, non sono state l'unica occasione di vedere lo sceneggiatore al lavoro. A marzo 2008 infatti sono stata per una settimana sul set di una fiction televisiva, la seconda stagione di *Boris* andata in onda su Fox, dove i tre sceneggiatori della serie ne sono stati collegialmente anche i registi. Il caso è piuttosto anomalo, non solo per il contesto italiano, e di conseguenza scarsamente rappresentativo. L'“*anomalia*” della situazione è un aspetto che l'intera troupe mi ha fatto presente non appena veniva a conoscenza del perché fossi lì in mezzo a loro: solo che mentre dal mio punto di vista essa era dovuta alla presenza dello sceneggiatore sul set in veste di regista, i “nativi” tendevano piuttosto a considerarla nei termini dei rapporti interpersonali all'interno del gruppo, composto di persone amiche nel privato e generazionalmente vicine (“*non succede spesso di beccare un ambiente così dove ci sono tutti ‘sti giovani che si conoscono da quando son piccoli e si lavora tranquilli*” mi spiega uno degli attori principali [note del 18/03/08]). Un clima che veniva percepito come differente rispetto alle altre fiction anche da coloro che hanno lavorato sul set per un tempo limitato e non facevano quindi parte integrante della “*famiglia borisiana*” – “*io ho fatto solo questa settimana, però qui è bello non come da altre parti! Io ho fatto I Cesaroni e Distretto di polizia, sempre per delle sostituzioni, e lì si odiano tutti... tutti i capi dei reparti non si sopportano!*” mi racconta ad esempio un ragazzo della troupe provvisoria, quella che ha seguito la seconda unità di regia per le riprese fuori dai teatri di posa (note di campo, 19/03/08) –, un clima in definitiva più vicino al modo in cui si fa “IL

cinema” – “*anche se la fiction dovrebbero farla tutti così*” ammette una ragazza che in genere lavora per il cinema “*finché posso! sai, sono altri ritmi*” (note di campo, 19/03/08) –.

Ciononostante è proprio dalla “stranezza” della situazione che sono sorte le considerazioni più illuminanti per questo lavoro: la presenza di una figura autoriale unica seppur composta di tre teste creative, l’assenza della figura dello story-editor (gli autori si confrontavano direttamente con il produttore), l’inesperienza della rete satellitare nella produzione di un prodotto seriale, hanno fatto sì che la libertà creativa fosse massima, le pressioni commerciali ridotte e preservate le intenzioni artistiche iniziali. Gli sceneggiatori non hanno preso le distanze dal proprio ruolo lavorativo (come accade spesso) ma hanno invece dichiarato di riconoscere il proprio marchio autoriale nel prodotto e di esserne, nel bene e nel male, totalmente responsabili.

È stato comunque curioso osservare come lo sceneggiatore stesso “tradisca” il testo che porta la sua firma quando si misura con i problemi del set, quando si immerge in una situazione che rende reale la storia, che la fa vivere attraverso gli attori e le scenografie a disposizione, quando si accorge che quei dialoghi che funzionavano perfettamente sulla carta una volta messi in bocca ad un certo attore non sono più così efficaci, che non ci sono i soldi per girare una scena all’aeroporto e nemmeno per noleggiare un piccolo velivolo, e che quindi bisogna lavorare di fantasia per far fronte ad una mancanza logistica³⁵⁴. Ora se il sé-regista corregge il sé-sceneggiatore nessuna autorialità sembra essere stata offesa (anche se il trio di *Boris* ha ammesso che tra di loro c’è stato “*un protettore della sceneggiatura sul set*”, e che guarda caso si trattava del “*più inesperto di regia*” che ha arginato gli altri due quando perdevano di vista il testo): ma cosa succede quando un regista mette le mani allo *script* di un altro? E in che termini ci mette le mani (i “nostri” tre hanno passato molte serate a riscrivere intere scene che sarebbero state girate nei giorni successivi)? Per rispondere a questa domanda avrei dovuto, ma il tempo e la lentezza della negoziazione non l’hanno permesso, osservare l’andamento dei lavori in un set organizzato in modo “standard” in cui la regia e la sceneggiatura sono opera di mani diverse e lo sceneggiatore non è mai presente sul set. In parte hanno ovviato a questa mancanza le conversazioni con gli sceneggiatori stessi – anche con le sceneggiature alla mano – e con i registi.

In sintesi, ho qui cercato di descrivere i momenti di osservazione relativi alle pratiche lavorative dello sceneggiatore: da esse emerge chiaramente quella dimensione cooperativa del mestiere che ho più volte sottolineato nel corso di questo lavoro; nella sezione che segue mi soffermerò invece sulla dimensione

³⁵⁴ Questa situazione dell’aereo è accaduta davvero; si veda al riguardo l’estratto che segue: «A. e B., al combo [postazione del regista quando si sta girando una scena: ci sono sedie, cuffie, e due piccoli monitor in cui guardare quel che si sta girando], continuano a parlare della scena dell’aereo e sostengono che adesso senza aereo la scena è più brutta. Chiedo perché non c’è questo aereo e B. mi spiega che “*l’aereo c’era, ma poi arrivava venerdì e per noi è troppo tardi*” [venerdì sarà l’ultimo giorno di riprese] mentre A. scherza dicendo “*il presidente lo deve usare per portarci l’amante*”. A quel punto B. si gira verso di me e mi racconta che “*i Vanzina, che son degli stronzi, dicevano una cosa fondamentale al riguardo: O’ DIMO! Cioè se c’era un palazzo ma il palazzo non c’è si dice che c’era un palazzo... e noi uguale! E te sei risolto a vita, anche se è una bastardata allo spettatore...*”» (note di campo, 19/03/08). Anche in questo caso ho scelto di non usare gli pseudonimi per i motivi esposti nella nota precedente.

comunitaria descrivendo le occasioni di incontro, istituzionali ed allargate o informali e più ristrette, che contribuiscono al consolidarsi di una “cultura professionale”.

1.5. Momenti “comunitari”. Tra riunioni di categoria, convegni e allegre bevute

Un’istantanea più nitida della cultura del gruppo è emersa dalla partecipazione ad eventi di varia natura a cui presenziavano anche i protagonisti di questo lavoro. Come ho già sottolineato in altre parti di questa nota infatti, fin dall’inizio del mio lavoro ho avvertito la necessità di essere presente a questi momenti, convinta che questo, da un lato, potesse darmi la misura di quanto fosse radicata la dimensione “corporativa” e su quali principi si fondasse la cultura occupazionale che stavo studiando, e, dall’altro, allargasse le mie conoscenze, facilitasse il mio accesso sociale (*getting on*) al campo e contribuisse a darmi al suo interno un’identità più “stabile”. In questa sezione analizzerò quindi i tre tipi di eventi a cui ho preso parte, ovvero: occasioni pubbliche a cui gli sceneggiatori presenziavano in quanto “membri” della stessa categoria professionale; occasioni pubbliche in cui lo sceneggiatore era presente in quanto parte del cast (tecnico e artistico) coinvolto in un progetto; situazioni informali, per lo più all’interno di eventi pubblici (i primi due tipi) o a latere (prima o dopo il loro inizio), alla presenza di un gruppo più ristretto di sceneggiatori.

Gli eventi del primo tipo sono stati i più frequenti. Gli incontri “ufficiali” tra sceneggiatori a cui ho partecipato sono stati le riunioni della S.A.C.T. (due), quelle dei 100Autori (una decina) e i due convegni, organizzati dalla S.A.C.T., nel corso del RomaFictionFest del 2007 (“Scrivere per la TV” di cui ho parlato più sopra) e del 2009 (“Created by. Il ruolo dello showrunner nella produzione seriale americana ed europea”). Le due associazioni hanno modalità di incontro molto diverse: la prima indice un paio di riunioni l’anno con tutti i soci a cui si affiancano riunioni *ad hoc*³⁵⁵ più ristrette; cura un sito che aggiorna di frequente, modera un blog che ho seguito ed ha un gruppo su facebook (di cui sono “membro”). I 100autori invece si incontrano con cadenza fissa ogni giovedì alle 18.30 presso la Libreria del Cinema di via dei Fienaroli (quartiere Trastevere) di

³⁵⁵ Nel corso del 2008 ad esempio il direttivo della Sact ha censito “tutti gli head-writer che stanno a Roma, quelli che hanno lavorato adesso e quelli che hanno lavorato negli ultimi due anni, compresi gli story-editor che erano loro affianco, che potrebbero diventare head-writer... insomma questa classe di persone che ha abbastanza esperienza” (Laura). Questa ottantina di persone, iscritte e non alla Sact, è stata invitata a partecipare ad una riunione allo scopo di discutere della figura del capo-progetto di una serie nel mercato italiano e di accordarsi per una linea d’azione comune nei rapporti con le reti e le produzioni, nella convinzione che questi sceneggiatori “sono gli unici che potrebbero in qualche modo, se si ribellassero e posassero la penna, bloccare il sistema produttivo, spaventare un zinzino la macchina produttiva. Quindi noi vorremmo che queste persone firmassero un codice di impegno, un codice di comportamento in cui si rifiutano, per esempio per dirne una [...] di riscrivere in una settimana ciò che è stato scritto in due mesi perché vuol dire squalificare il lavoro delle persone precedenti! [...] Oppure possono opporsi a cedere le loro idee per le nuove serie se non in cambio del controllo della serie con la produzione creativa, [...] possono imporre che gli sceneggiatori vadano sul set, in modo che conoscano il linguaggio del set e scrivano meglio” (Laura). L’assemblea non sortì i risultati sperati e a tutt’oggi l’idea di un codice comune è rimasta inespressa.

proprietà di Giuseppe Piccioni (regista cinematografico): questa consuetudine è iniziata quando ancora l'associazione non era stata costituita e il gruppo si riuniva e agiva in modo non-strutturato, come un "movimento". Nel corso della mia osservazione il movimento si è costituito in associazione: ho dunque assistito alla nascita e ai primi passi della neonata associazione. Per questo, gli argomenti di discussione principale delle riunioni a cui ho partecipato sono stati le questioni riguardanti la sua gestazione (come chiamarla, che criteri di accesso porre, come ottenere l'attenzione della stampa, ecc.), una diatriba con la S.I.A.E. sulla questione dei diritti, le manifestazioni contro il governo per i tagli al F.U.S. (Fondo unico per lo spettacolo) e, di recente (insieme alla S.A.C.T.), contro l'approvazione di un articolo del decreto legislativo sulla tv che, abrogando una norma della legge Maccanico, elimina l'obbligo per le televisioni di investire nella produzione nazionale. Inoltre la nuova associazione ha affrontato i problemi di compatibilità con associazioni già attive: i 100Autori chiedevano infatti alle altre associazioni rappresentate nel collettivo (tra queste la S.A.C.T.) di confluire in un'unica associazione per dare forza e sostanza alla protesta, sostenendo che visto il periodo storico critico per lo spettacolo si sarebbero dovute affrontare battaglie comuni (come la battaglia sui diritti). Questa posizione ha trovato concorde solo una parte della S.A.C.T. che, pur contraria allo scioglimento dell'associazione, sosteneva l'indispensabilità di "unirsi" per *"fare battaglie più alte, ideologiche"* attraverso *"un meraviglioso accorpamento di gente che dice rispettateci, ma per ottenere qualcosa di grosso tipo vogliamo un autore a capo della fiction [...], oppure vogliamo un autore nel Consiglio di Amministrazione, oppure vogliamo che uno di noi partecipi all'organizzazione dei palinsesti"* (Elena). La frangia più "estremista" invece sosteneva che la neonata associazione sarebbe stata un passo indietro per la S.A.C.T. dal momento che in nessun paese al mondo esiste una *Guild* che unisce insieme registi e sceneggiatori: una delle battaglie più importanti della S.A.C.T., infatti, è quella per il "Created by", finalizzata a che un prodotto per la tivù sia "dello" sceneggiatore e non "del" regista; appariva chiaro come i 100Autori, che annoverano tra le proprie fila i più importanti registi cinematografici italiani (da Sorrentino a Virzì a Lucchetti), non potevano in alcun modo far propria un'istanza che mirava a limitarne il ruolo creativo e indirizzata nello specifico a quella che ancora tendevano a considerare – almeno secondo chi sostiene la posizione più *hard* in S.A.C.T. – come la "sorella povera del cinema".

Grazie alla mailing list, ai gruppi di social network, e ai buoni rapporti mantenuti con alcuni membri del direttivo di entrambe le associazioni ho continuato a seguire gli sviluppi delle vicende associative anche sulla distanza, approfondendo la mia conoscenza anche rispetto ad alcuni aspetti legali e/o tecnici. Ho trovato assolutamente interessante ai miei fini questo dibattito interno alla categoria dal quale sono emersi orizzonti aspirazionali, gruppi "di pressione", elite di potere diverse di cui mi sono occupata nei capitoli empirici di questo lavoro.

In secondo luogo ho presenziato ad eventi in cui lo sceneggiatore era presente per promuovere un prodotto da lui firmato o per ricevere un riconoscimento: mi riferisco, in particolare, alle presentazioni (di fiction edita ed inedita) avvenute nel corso delle tre edizioni del RomaFictionFest (2-7 luglio 2007; 7-12 luglio 2008; 6-

11 luglio 2009), a due serate di gala³⁵⁶ e ad una conferenza stampa (presentazione di *Coco Chanel* tenutasi in Rai, 02/10/08). Questi momenti sono stati l'occasione per osservare un aspetto più volte emerso nel corso delle interviste: il fatto che quella dello sceneggiatore è una figura che resta in secondo piano rispetto a quelle degli attori, del regista, e del produttore di una fiction. Ho notato come spesso non venga invitato sul palco insieme a tutto il cast ma rimanga seduto in sala e si alzi per salutare il pubblico solo quando viene menzionato; a volte non viene citato per nome ma ci si riferisce a lui/lei con un generico *“un grazie a chi ha scritto le storie”* e anche quando è sul palco insieme agli attori, al regista e al produttore è spazialmente defilato e non viene quasi mai invitato a parlare. Nelle (poche per la verità) occasioni in cui alla squadra di sceneggiatori veniva data più importanza (venivano fatti salire sul palco, invitati a parlare, ringraziati dal produttore o dal regista con ampi elogi) ho assistito a scene di stupore, giubilo, applausi scroscianti da parte degli sceneggiatori intorno a me.

In tutte le occasioni fin qui descritte ho coniugato l'osservazione silenziosa (seguendo l'andamento delle riunioni e delle presentazioni) alle chiacchierate informali con i partecipanti e ai momenti di convivialità ristretta che le hanno precedute o seguite³⁵⁷. Questo mi ha permesso in particolare di commentare *“a caldo”* alcuni avvenimenti di cui eravamo insieme spettatori, di chiedere chiarimenti e precisazioni, di venire a conoscenza di episodi del retroscena che nell'ufficialità dell'evento non erano naturalmente emersi e di cui, data la mia natura di *outsider*, non potevo essermi resa conto. In generale direi che questa commistione di pubblico e privato, formale e informale (peraltro tipica dell'ambiente osservato) mi ha permesso di osservare il «repertorio di comportamenti da ribalta» e il relativo smascheramento operato dall'assunzione di uno «stile da retroscena» [Goffman, 1959: 149]³⁵⁸.

Prendiamo in considerazione il caso che segue relativo ad una proiezione di una fiction inedita a cui ho partecipato con uno degli sceneggiatori:

«Prima di entrare in sala Dario mi ha detto che secondo lui *“sta fiction è proprio ‘na cazzata... moh vediamo come va stasera! Magari piace e ce fanno pure n'altra serie”*. [...] Durante la proiezione Dario ed io ci scambiamo diversi commenti tra il divertito e lo sconvolto sulla recitazione, la scenografia, i dialoghi e un paio di volte mentre provo ad avvicinarmi per dirgli qualcosa lui

³⁵⁶ Ho partecipato al “Gran Premio della Fiction italiana edita 2007/2008”, presentato da Lorella Cuccarini, i cui premi sono stati assegnati dalla giuria popolare del RomaFictionFest e dai lettori del settimanale «Tv sorrisi e canzoni» e al lancio promozionale di due nuovi prodotti Mediaset (*Amiche mie* e *Anna e i cinque*). Al primo evento sono stata invitata da Marta e al secondo da Paolo: entrambi hanno condiviso con me l'invito per due persone che avevano ricevuto.

³⁵⁷ In particolare, ho partecipato ad un aperitivo con i “giovani” (secondo la loro autodefinizione) della casa di produzione Lux Vide che ha preceduto l'anteprima di *Don Matteo 7*; ad un aperitivo con una quindicina dei partecipanti al convegno “Created by” organizzato dalla S.A.C.T. avvenuto a chiusura dello stesso; ad un aperitivo e ad una cena in seguito a due riunioni dei 100 autori, il primo con Giulia, Simone e Angelo e il secondo con Simone, Lorenzo ed un giovane sceneggiatore.

³⁵⁸ «Uno dei momenti più interessanti per osservare l'attività di controllo delle impressioni – osserva infatti Goffman [1959: 142] – è quello in cui un attore lascia il retroscena ed entra nel luogo dove si trova il pubblico, o anche quando ne esce, poiché è in questi momenti che lo si può agevolmente sorprendere mentre si riveste o si spoglia di un particolare ruolo».

come se avesse già capito mi dice coprendosi gli occhi in segno di vergogna “*non dire niente*”. [...] Quando la proiezione della puntata finisce, io e Dario ci alziamo e ci dirigiamo verso l’uscita del teatro. Nel corridoio che divide la prima metà della sala dalla seconda (dove eravamo seduti noi), Dario saluta una donna dandole due baci e stringe la mano di un uomo che gli viene presentato come il marito. [...] Dario le dice che “*è stato carino*” e che la XXXX [nome attrice] “*alla fine ha retto la parte*”; aggiunge inoltre che “*forse nella prima parte le riprese erano un po’ troppo cupe*”. [...] Quando arriva un altro signore piuttosto anziano a salutare questa tipa [che scoprirò essere l’*head writer*], Dario ne approfitta per congedarsi, mi prende sotto braccio e mentre ci allontaniamo mi dice “*hai visto come sono stato bravo a dire che mi è piaciuta, che la XXXX [nome attrice] ne esce bene?! Io son fatto così: sono un lecchino!*”» (note di campo, 09/07/08).

Questo è un esempio della perdita di «controllo della ribalta» da parte dello sceneggiatore con il venir meno della «segregazione del pubblico» [*ibidem*: 159]: se infatti Dario è riuscito a mantenere la sua facciata professionale di buone maniere e commenti garbati, maschera che, com’era prevedibile, teneva più a preservare rispetto a quella assunta con una semi-sconosciuta (ci conoscevamo da poche ore), egli ha finito per “*perdere la faccia(ta)*” con me offrendomi due rappresentazioni in contraddizione, cosa che infatti lo ha portato a giustificarsi non appena ci siamo allontanati dalla scena in cui avevano avuto luogo. Di episodi di questo tipo ne ho raccolti svariati e sono stati illuminanti per farmi un’idea delle retoriche (“*parti*” o “*routines*”) messe in atto dallo sceneggiatore a seconda dell’interlocutore che ha davanti (un produttore, un collega, un suo pari, un sottoposto, un “capo”, me).

Ritengo dunque che le occasioni descritte in questa sezione alle quali ho avuto l’opportunità di prendere parte abbiano dato nel loro complesso spessore e sfumature più nitide alla rappresentazione del campo professionale che andavo individuando nella mia avventura esplorativa, confermando alcuni aspetti emersi durante le interviste (ad esempio il “*ruolo*” di comparsa dello sceneggiatore nelle presentazioni promozionali alla stampa e al pubblico), disattendendone altri (la retorica del perseguitato recitata con me che si fa retorica dello sceneggiatore “*per bene*” con i colleghi) e mostrandomene altri ancora da un’angolatura, se così si può dire, migliore (si pensi alle dinamiche associative a cui ho assistito).

1.6. Documenti

In questo lavoro mi sono servita essenzialmente di tre tipi di documenti: il materiale di lavoro fornito dagli sceneggiatori, le comunicazioni via mail, e documenti eterogenei relativi alla fiction televisiva. Cercherò di darne conto in quest’ultima parte di presentazione analitica del mio lavoro sul campo.

Agli sceneggiatori innanzitutto è stato richiesto un accesso al lavoro svolto, non solo attraverso il racconto del proprio percorso professionale e delle proprie modalità lavorative, ma anche attraverso la partecipazione alle riunioni di *brainstorming*, di cui si è detto più sopra, e con la presa in visione di quanto prodotto. Non ho incontrato particolari resistenze da parte degli intervistati a

fornire il materiale scritto da loro prodotto: ho potuto così lavorare su un certo numero di bibbie, soggetti di serie e di puntata di fiction già andate in onda, o mai arrivate sugli schermi, o ancora in lavorazione che sono state il materiale di lavoro del quinto capitolo. Più difficile è stato riuscire ad avere accesso alle cosiddette “note” di cui la maggior parte degli sceneggiatori non tiene memoria o rispetto alle quali ho riscontrato una certa perplessità e titubanza per il fatto che documenti scritti dalla rete potessero circolare all'esterno del circuito produttivo.

Ho conservato traccia anche delle conversazioni avvenute via mail, quasi tutte partite da me in seguito a dubbi, richieste di chiarimenti, ma anche semplici messaggi di saluto per sapere come andavano le cose: lo strumento telematico si è rivelato fondamentale ad esempio durante il periodo che ho trascorso all'estero (presso la UCSB a Santa Barbara, CA) perché mi ha permesso di continuare a mantenere i rapporti (soprattutto con i miei *angeli*), di tenermi aggiornata su quanto stava accadendo (ad esempio sul fronte associazionistico) e di trovare risposta ai dubbi che nascevano dalla rilettura e analisi delle interviste. Nelle risposte gli intervistati si sono rivelati precisi, preoccupati di essermi davvero utili, e, in linea con il tenore dei nostri incontri, molto schietti, di qui il motivo di fare ricorso anche a questo materiale nella restituzione empirica dei dati.

Nel corso della ricerca ho infine raccolto documenti secondari di vario tipo che da un lato mi hanno consentito di mappare la situazione attuale della fiction italiana e dall'altro mi hanno permesso di acquisire una sempre maggiore dimestichezza con il linguaggio, sapere chi sono le persone dell'ambiente e cosa fanno, in modo da potermi inserire con maggior agilità nelle loro conversazioni, senza dover chiedere di continuo delucidazioni su quanto si sta dicendo. Il materiale a cui ho attinto, a volte su suggerimento dagli stessi intervistati, può essere così suddiviso:

- documenti sulla fiction (i rapporti annuali dell'Osservatorio Italiano sulla Fiction, articoli di giornale dai quotidiani nazionali e dalle riviste specializzate come «Fiction Tv» e «Tivù», cartelle stampa con la presentazione di nuove serie, siti internet sulle serie televisive, ufficiali e non, e sulla televisione in generale, in particolare «Tvblog» che giornalmente pubblica i dati d'ascolto e che viene consultato dagli sceneggiatori stessi);
- documenti sugli sceneggiatori e sulla professione (statuti delle associazioni, mailing list, blog di discussione o blog personali, articoli di giornale con interviste, profili facebook, siti e manuali di sceneggiatura, ecc.)³⁵⁹;
- “meta-testi” ovvero film, romanzi, serie televisive in cui tra i personaggi vi è uno sceneggiatore o si racconta il *dietro le quinte* di una produzione

³⁵⁹ Una delle piattaforme più interessanti è stata il già citato blog della Sact: il blog è negli intenti “*un luogo di discussione, proposizione ma soprattutto di denuncia*” che vuole “*dar voce allo scontento degli sceneggiatori italiani*” (Sact, post sul blog della S.A.C.T., 01/10/08, <http://sact-blog.blogspot.com/>); per questo garantisce l'anonimato a quanti lo desiderino ma si riserva di cancellare interventi offensivi, soprattutto in seguito ad una degenerazione dei toni, per i quali la “comunità virtuale” è stata riportata all'ordine (Cfr. post del 29/01/09). I temi di discussione hanno spaziato dalla questione del come si ha accesso a questo mondo al ruolo dei critici televisivi, da una riflessione sugli incontri con gli autori stranieri organizzati presso la Casa del Cinema ai dibattiti sondaggi sui compensi minimi.

audiovisiva, materiale questo che è risultato interessante per vedere quale sia la narrazione “dominante” attraverso cui il mondo dello spettacolo rappresenta se stesso³⁶⁰.

Il percorso descrittivo fin qui proposto aveva lo scopo di offrire una panoramica della mia attività di ricerca per quanto possibile esaustiva, cercando di porre soprattutto l'accento sulle persone, i momenti, i documenti che sono poi diventati i dati su cui lavorare. Allo stesso tempo credo che in queste pagine siano emerse alcune delle problematiche tipiche di ogni immersione sul campo, che comprendono la consapevolezza dei limiti propri degli strumenti utilizzati, il rimorso di non essere riusciti ad osservare qualcosa che avrebbe potuto risultare utile, gli intoppi del mestiere, dalle questioni pratiche a quelle più profonde, emotive e di posizionamento. Insomma, tutto ciò che potremmo far rientrare nel processo di autoanalisi del ricercatore. Il paragrafo che segue tira le fila di quest'operazione riflessiva, riprendendo in parte questioni già sollevate e integrandole con nuove suggestioni.

2. Entrare troppo e non entrare affatto: ruolo del ricercatore e limiti della ricerca

La mia prima esperienza da osservatrice (in termini sociologici), svoltasi all'interno di quella che ho definito come una “bolla”, ovvero un mondo-altro geograficamente e socialmente, ha comportato un coinvolgimento emotivo che mi ha affascinata, stupita e spaventata insieme. Convinta dell'assoluta utilità di momenti riflessivi che collochino l'esperienza stessa del ricercatore entro la realtà osservata³⁶¹, mi sono sempre chiesta se il mio modo di pormi nel campo fosse corretto, o viceversa troppo *naïf* o eccessivamente empatico, e quanto il mio essere giovane e donna, oltre alle mie peculiarità caratteriali, incidesse sulle modalità di interazione e sul livello di accesso ottenuto. Da queste operazioni di *coming out* sono emersi in particolare due nodi tematici: quello relativo al «sé barattato» [Frankel, 1991] come «effetto drammaturgico» che emerge da una certa scena [Goffman, 1959], ovvero alla mia costruzione identitaria nel campo come processo di negoziazione con i miei principali “referenti” (gli

³⁶⁰ Segnalo in particolare tra i film ‘8 e ½’ di F. Fellini (1963), ‘Gli ultimi fuochi’ di E. Kazan (tit. orig. ‘*The Last Tycoon*’, 1976; dal romanzo incompiuto di F. Scott Fitzgerald), ‘*Questione di cuore*’ di C. Comencini (2008); tra le serie televisive ‘30 Rock’ (serie *comedy* dal 2006 su NBC), ‘*Beggars and Choosers*’ (*comedy-drama* statunitense in onda su Showtime tra il 1999 e il 2000), la pluricitata ‘*Boris*’ (sitcom trasmessa su Fox a partire dal 2007); tra i romanzi e i racconti infine A. Moravia, ‘*Il disprezzo*’ (1954), E. Flaiano, ‘*La conversazione continuamente interrotta*’ (1972), D. Starnone, ‘*Spavento*’ (2009).

³⁶¹ I contributi sulla sociologia riflessiva sono numerosi. Alla luce delle riflessioni di cui ho fatto oggetto il me-ricercatore rimando in particolare, oltre agli altri testi citati in questa sezione, a Bourdieu e Wacquant [1992]; McRobbie [1993]; Fine [1994]; Davies *et al.* [2007]. Interessante anche il contributo di Stronach *et al.* [2007] che propongono un'analisi sulla rielaborazione da parte dei loro studenti dottorandi di alcuni contributi sulla questione della “riflessività” così come ciascuno l'ha attuata nelle proprie tesi di dottorato.

sceneggiatori), e quello relativo alle limitazioni nella ricerca dovute, insieme a ragioni di ordine esterno, a quello stesso “sé”.

2.3. *Il sofà del ricercatore*

Il ricercatore quando racconta il mondo che ha fatto oggetto di studio descrive anche se stesso che descrive quel mondo [Gargani, 1985]: e in quel se stesso c'è, oltre al bagaglio personale che si porta appresso e che inevitabilmente influenza le dinamiche di interazione, il ruolo sociale che egli ha assunto al suo interno [Schwartz e Jacobs, 1979]. Un ruolo che solo in parte dipende dalle sue intenzioni dal momento che il suo “ritratto” per essere completo necessita del contributo degli altri [Goffman, 1956], i “nativi”, che nel corso della ricerca gli attribuiscono etichette identitarie diverse che diventeranno parte integrante del suo “io” nel campo³⁶². Nel corso della ricerca sono stati quattro i ruoli che principalmente ho ricoperto: di ricercatrice, di mascotte, di “confidente”, di informatrice (evasiva).

Il fatto che i miei obiettivi fossero noti, ovvero che io fossi “scoperta”, mi ha dato fin da subito un'identità inequivocabile: io ero “Sara, la sociologa” (un'etichetta con cui, ho scoperto, in molti mi avevano anche registrata sulla rubrica del cellulare). Un concetto questo declinato in varie forme soprattutto nel momento in cui dovevo essere introdotta a qualcuno che non conoscevo: “lei è una pazza che lavora all'università, fa una cosa sulla fiction” (Pietro), “una mia amica che sta facendo una ricerca” (Davide), “lei ci studia!” (Giulia), “Sara è di Trento sta facendo una tesi su di noi” (Marta), e così via. La presenza di una studiosa tra di loro ha creato, se si escludono pochi casi isolati (“tu mi rovini lo so” mi ha detto Dario che non ha voluto farsi registrare), più curiosità che resistenza tra gli sceneggiatori: forse per il fatto che nessuno fosse mai entrato in modo “etnografico” nella loro comunità (al massimo erano stati intervistati individualmente da qualche laureando) li ha colpiti sulle prime vedermi sempre in giro nelle occasioni pubbliche e accorgersi che conoscevo molte persone dell'ambiente (“con tutta la gente che conosci quando finisci ‘sta tesi ti trovi un avvocato che ti dà una mano e ti mette a fare l'agente” mi ha suggerito Enrico). Ed è proprio questo esserci che a mio avviso ha portato a confermare l'immagine di me come di una persona curiosa – “ci piaci perché sei impertinente! Perché rompi!” (Alessandro) –, alla mano e disponibile al dialogo – “secondo me saresti un'ottima psicologa: dai fiducia, sei simpatica ma stai molto sulle tue, nascondi la timidezza ma la tiri fuori nel giusto modo, sei intelligente e non dici mai una cosa banale ma nemmeno una cosa di troppo” (Lorenzo, comunicazione mail, 11/10/08) – professionale – “ma quel cervellino è sempre in movimento? Tu non stacchi mai!?” (Filippo) – troppo “giovane” e “acculturata” per guardare la fiction italiana – ho sentito spesso frasi del tipo “una come te non se la guarda la fiction... sì forse adesso per studio... a te piace la roba americana, vero?” (Riccardo) – e forse più a proprio agio di quanto in realtà non mi sentissi – “ti muovi nel mondo col piglio della figlia unica” (Paolo) o “non sei e non sarai mai

³⁶² «L'intervista – dal momento del contatto iniziale – diventa una matrice socialmente costruita di identità multiple e mobili sia del ricercatore che dei rispondenti» [Hertz, 1995: 432; Cfr. Emerson, 1988, Hertz, 1997; Denzin e Lincoln, 1994].

fuori posto” (Simone, comunicazione mail, 07/01/09). Il mio ruolo di studiosa è stato inoltre rafforzato da un’evidenza: io NON volevo fare la sceneggiatrice. Questo è stato un aspetto che, in quanto inatteso da parte degli intervistati (tutti mi hanno chiesto se volessi fare quel mestiere, quasi dando per scontato che lo scopo ultimo del mio lavoro fosse entrare nel loro mondo), ha rafforzato maggiormente la mia identità di studiosa, e quindi di esterna, rendendomi però automaticamente “innocua”: non ero una potenziale rivale, non avevo un secondo fine, almeno non quello che li avrebbe preoccupati maggiormente, ovvero rubargli il lavoro, rubargli le idee, usare la nostra conoscenza per entrare nel sistema, ecc.. E, paradossalmente, questo ruolo-altro mi ha dato una legittimità inaspettata. In altri termini, avevo il diritto di fare domande e il “dovere” di esserci (erano loro stessi a indicarmi eventi che potevano essermi utili, a rimediarmi inviti per eventi vari, a suggerirmi quando incontravamo qualcuno “*lo dovresti intervistare secondo me*”, e così via).

Il fatto di non essere *una di loro* (e di non volerlo diventare) ma di diventare via via un soggetto familiare ha contribuito a creare una seconda immagine di me: sono diventata una “*mascotte*” (come mi ha definita Simone). Sono portata a pensare che questa immagine, in parte legata alla mia natura socievole e solare, sia comunque per buona parte ascrivibile alla mia età anagrafica e al mio vissuto generazionale, ovvero al fatto di essere più giovane della maggior parte degli intervistati (oltre che non ancora stabilmente inserita nel mercato del lavoro) e di non condividere la medesima memoria mediatica (in riferimento a trasmissioni televisive, programmi radiofonici e film del passato che non conoscevo mi sono sentita dire “*sicuramente tua madre se lo ricorda benissimo*” o “*non eri ancora nata!*” o “*tu eri piccola non puoi ricordartelo*”). Questo aspetto risulta rafforzato dall’uso di nomignoli con cui gli sceneggiatori si sono rivolti a me già dal secondo incontro (o dal contatto via mail successivo alla prima intervista), come *Saretta*, *Zanat*, *Zanattina* o *Dottorina*³⁶³. Similmente al concetto di “*maschio onorario*” descritto da Warren [1988] poi, la qualifica di *mascotte* mi ha reso una sorta di “*membro onorario*” della categoria: in questa veste ero invitata a condividere i *topoi* del mestiere insieme al senso di frustrazione, di rabbia, di autocommiserazione ad essi accompagnati [Arendell, 1997].

Passiamo ora al terzo ruolo, quello della confidente, indubbiamente il più faticoso da sostenere. Ho percepito che i miei intervistati avevano sviluppato un senso di fiducia nei miei confronti tale da indurli a confidarsi con me soprattutto da due tipi di atteggiamenti: da un lato, il fatto di diventare depositaria di confessioni non solo lavorative (furti di idee, periodi di lavoro “a nero”, litigi con i colleghi, ecc.) ma anche private e non richieste (lutti familiari, rapporti conflittuali col padre, problemi di soldi, depressioni, crisi professionali, ecc.), dall’altro di essere chiamata a dare consigli su questioni lavorative (Marta dopo avermi raccontato di una situazione critica in azienda e di un attrito creatosi con un collega mi ha chiesto “*tu cosa mi consigli di fare?*”) o personali. Diventare

³⁶³ Sull’uso dei soprannomi è significativa la ricerca condotta da William Corsaro sui bambini in età prescolare, *Friendship and Peer Culture in the Early Years*, Norwood (NJ), Ablex Publishing Corporation, 1985 [cit in Gobo, 2001: 97]. Il fatto che i bambini si rivolgessero a lui ricorrendo ad un nomignolo viene indicato come uno dei segnali del cambiamento di identità del ricercatore, percepito non più come un adulto (genitore e/o insegnante) ma come un ibrido, un fratello maggiore o un bambino cresciuto.

“fidata” ha equivalso ad occupare una posizione di confidente situabile tra il “consulente” e il “terapeuta” [Gobo, 2001: 103]: sempre Marta un giorno mentre parlavamo del numero di volte in cui ci eravamo viste mi ha chiesto ridendo “*quando abbiamo iniziato la terapia?*”. L’esempio che segue mi sembra altrettanto significativo:

«[mattino] Alessandro si volta di scatto e mi dice “*poi ti devo chiedere una cosa*” [...] [tardo pomeriggio] Alessandro mi prende per un braccio ed io lo seguo fino ad un corridoio stretto dove non c’è via vai di gente [...]. Inizia a dirmi “*senti pensavo: tu che ci hai osservato... cioè, ieri sera ero a casa e riflettevo: ma Alessandro cos’è diventato a quasi 40 anni? Chi sono io? Cioè cosa si vede da fuori? Anche un pregiudizio, eh...*”. Sono rimasta spiazzata: quindi è questa la ‘cosa’ che mi deve chiedere da stamattina!? “*E mah che gli dico?*” è il mio primo pensiero... non sono mica una psicologa!» (note di campo, 20/03/08).

In questo caso Alessandro mi ha affidato un ruolo che di fatto non mi competeva ma che dal suo punto di vista lo legittimava a farmi quella domanda: l’avevo osservato al lavoro, avevamo chiacchierato, scherzato e mangiato insieme, avevo conosciuto i colleghi che lavoravano con lui e magari potevano aver fatto qualche commento su di lui... dovevo pur essermi fatta un’idea? Effettivamente me l’ero fatta ma la mia risposta, pur sincera, è stata evasiva e la nostra conversazione provvidenzialmente interrotta dall’arrivo di un “disturbatore” che reclamava la sua presenza. Sulla mia autodisciplina alla neutralità tornerò a discutere a proposito del quarto ed ultimo ruolo attribuitomi. Ritengo invece che, se nel caso della *mascotte* ad incidere era l’età, questo terzo ruolo possa essere letto nella prospettiva di genere. Sono portata a pensare che ad un ragazzo di trent’anni uno sceneggiatore non avrebbe chiesto “*tu come mi vedi?*” così come una sceneggiatrice non sarebbe arrivata quasi alle lacrime raccontando della sua crisi personale e del suo senso di fallimento e nemmeno si sarebbe soffermata a parlare di maternità e di separazioni. In altri termini, la figura della confidente rientrerebbe in quel ruolo di cura tradizionalmente (e stereotipicamente) assegnato alla donna [Fishman, 1978], anche se questo è solo uno degli aspetti sui quali ritengo abbia inciso la mia identità di genere, sulla quale tornerò dunque anche oltre.

Vorrei invece tornare sull’episodio che ha per protagonista Alessandro perché mi sembra utile ad introdurre l’ultimo dei ruoli su cui ho deciso di focalizzare la mia attenzione: Alessandro infatti poteva sperare indirettamente di sapere che cosa si dicesse di lui e in questo senso aver cercato in me un’informatrice. In generale, pur non avendo di fatto dato seguito alle loro attese, gli sceneggiatori hanno spesso cercato di affibbiarmi questo ingrato compito. Anche in questo caso sono due i tipi di atteggiamento che ho riscontrato più di frequente: il primo si è protratto per tutta la durata del campo mentre il secondo ha caratterizzato in modo considerevole l’ultima fase. Innanzitutto, gli sceneggiatori hanno cercato, più o meno scherzosamente, di “usarmi” come fonte di *gossip*: chiedendomi chi fosse il più antipatico tra gli intervistati, se qualcuno “*ci aveva provato*”, se mi ero “*innamorata*”, se Tizio era fidanzato, se Caio mi aveva pagato la cena o aveva fatto lo spilorcio, che idea mi fossi fatta dell’ambiente (“*Ti piace? È squallido? È*

dinamico?”). In genere introducevano l’argomento in modo neutro, quasi con casuale curiosità, chiedendomi chi avessi intervistato. A quest’ultima richiesta non sono mai riuscita a sottrarmi: se nelle prime interviste, presa in contropiede, mi sono limitata a buttare lì qualche nome interrogandomi sulla correttezza di quanto stavo facendo, quando ho notato che questa domanda si ripresentava ad ogni nuova conoscenza ho deciso che l’avrei girata quantomeno a mio vantaggio. Ho iniziato quindi ad annotare le impressioni, i commenti, gli aneddoti, per cogliere meglio i diversi posizionamenti, il livello di conoscenza all’interno della comunità, e per capire se il mio campionamento poteva dirsi efficace (avrei ad esempio dovuto riscontrare una conoscenza diffusa di alcuni nomi, e viceversa una estraneità da parte dei più se si trattava di qualcuno di marginale al campo).

Più interessante è forse il fatto che da un certo momento in poi, precisamente da quando, a mio modo, ho iniziato a farmi *un nome* nell’ambiente, gli sceneggiatori hanno iniziato a farmi richieste più “serie” tese a raccogliere informazioni di cui loro non erano a conoscenza ma che, supponevano, io avrei dovuto sapere: mi chiedevano ad esempio a cosa stesse lavorando il tal collega, se alla fine il tal progetto era partito, ecc. Marta, ad esempio, che stava decidendo se farsi o meno l’agente mi ha chiesto in più occasioni che cosa dicessero i colleghi dei diversi agenti e si è informata dell’impressione che mi avevano fatto gli agenti da me intervistati. Ho deciso di assecondare la richiesta di informazioni che reputavo “innocue”, facendo attenzione a non rivelare i “segreti” di qualcuno, cosa che avrebbe peraltro compromesso il rapporto di fiducia costruito. Esplicitando: a Marta ho raccontato quali fossero gli agenti più quotati secondo i suoi colleghi e ad Alessandra ho raccontato che Giulia da un po’ era senza lavoro (le due sono amiche da una vita ma non si sentono per lunghi periodi), ma non ho riferito a Giulia su cosa stesse lavorando Simone dal momento che i due si vedono frequentemente e lui, per ammissione di Giulia, *“fa sempre il misterioso... glielo chiedo e fa il vago”*.

In definitiva questo è stato il ruolo che più indefessamente ho disatteso, cosa che è passata tutt’altro che inosservata. Si consideri l’estratto che segue:

“dunque, visto che non mi dici come passi le tue impegnatissime giornate e come procedono le tue interviste e tutto il resto, allora facciamo così: io devo scrivere una sceneggiatura su una giovane sociologa che sta facendo una tesi su... avrei bisogno di parlare un po’ con te per capire” (Simone, comunicazione mail, 16/10/08).

Quello dell’intervista alla sociologa per farne il personaggio di una fiction è stato un espediente paventato di frequente e uno dei segnali con cui i miei interlocutori da un lato mi hanno fatto notare che non mi esponevo, che anch’io facevo *“la vaga”*, e dall’altro hanno reclamato il loro desiderio di sapere, in una sorta di bilanciamento delle parti. Questo significa che sul *sofà* che dà il titolo al paragrafo ho dovuto sdraiarmi, spesso e più o meno volentieri, anch’io. Non so se sia stato il fatto di avere a che fare con persone che inventano storie di mestiere, ma ho capito quasi subito che, per tacita negoziazione, sarebbe arrivato anche il momento di raccontare la mia. E quando mi è stato chiesto ho cercato, per quanto possibile, di non sottrarmi e di soddisfare anche le loro curiosità, mostrandomi di più a chi aveva conquistato la mia, di fiducia. In base ad un istinto empatico che

forse ha poco a che fare con la metodologia, ma più con la nostra esperienza umana. Ritengo che negare ai miei interlocutori/trici la possibilità di sapere qualcosa di me non avrebbe giovato prima di tutto alla ricerca, dato che fin dall'inizio la mia modalità di interazione è stata confidenziale: come potevo pensare di stare quattro ore seduta a tavola con qualcuno senza che la conversazione scivolasse seppur per un tempo limitato su di me? Anche in questo caso l'essere una giovane donna ha giocato un ruolo che reputo cruciale [Wagle e Cantaffa, 2008]: non tanto per il tipo di interrogativi che mi venivano rivolti (soprattutto di due tipi: il mio futuro lavorativo e la mia vita sentimentale), quanto per le modalità di atteggiamento che il parlare del mio privato ha generato. Se le donne hanno spesso vestito i panni delle "sorelle maggiori", interrogandomi sul mio desiderio di maternità e sui miei progetti di costruire una famiglia, invitandomi a "*volare alto*" e ad assecondare i miei sogni e i miei desideri, confrontando la loro esperienza di vita con la mia, negli uomini ho in più occasioni percepito che la maggior intimità verbale si accompagnava a toni ammiccanti, battute provocatorie, apprezzamenti estetici e caratteriali sulla mia persona, ai quali ho sempre risposto con velato sarcasmo, incanalando l'interesse, più o meno esplicito, in un gioco di cui era chiara la regola (in soldoni: tu mi provochi, io ti rispondo a tono e la chiudiamo qui)³⁶⁴ [Bolton, 1995; Kulick, 1995; Markowitz, 1999]. Se il mio senso del gioco [Bourdieu, 1985] è corretto, l'identità costruita/acquisita nel campo, nelle sue molteplici sfumature, era connessa anche a quanto di personale ho messo nel piatto dell'interazione faccia a faccia rinunciando ad una distanza e ad una neutralità d'atteggiamento che in definitiva avrebbe reso più lento e meno certo il mio accesso sociale in un ambiente tanto ristretto, reticolare e improntato alla socievolezza.

La ricercatrice, la mascotte, la confidente, e l'informatrice, ruoli che ho incorporato con diversi livelli di intensità e con la complicità dei soggetti studiati, hanno avuto vita più difficile quando mi sono affacciata sul campo produttivo in generale, e in particolare nei rapporti intrattenuti con le reti e con i produttori. Le difficoltà incontrate e le questioni che esse hanno sollevato saranno oggetto della sezione che segue.

2.4. *Le stanze dei bottoni*

Con "stanze dei bottoni" intendo i luoghi di potere della produzione di una fiction televisiva, ovvero quelle istituzioni e organizzazioni presso cui vengono

³⁶⁴ La questione del "corpo sessuato" del ricercatore/trice all'interno del campo studiato è un argomento che mi ha affascinato e sul quale mi sono interrogata fin dall'inizio della mia immersione qualitativa. Non è questa la sede per un adeguato approfondimento ma è sicuramente un aspetto metodologico sul quale intendo riflettere sistematicamente in futuro. Sull'argomento rimando tra l'altro al volume curato da D. Kulick e M. Wilson, *Taboo. Sex, identity and erotic subjectivity in anthropological fieldwork*, New York, Routledge, 1995; ad un numero monografico di «Qualitative Sociology» dal titolo *Sex in Research*, vol. 25 (4), 2002; sull'intervista uomo-donna si veda L. McKee e M. O'Brien, "Interviewing men: Taking gender seriously", in E. Garmarknikow, D. Morgan, J. Purvis, e D. Taylorson (a cura di), *The public and the private*, London, Heinemann, 1983; C. Williams e E. Heikes *The importance of researcher's gender in the in-depth interview: Evidence from two case studies of male nurses*, in «Gender & Society», vol. 7 (2), 1993.

prese le principali decisioni circa la “vita” di un’opera e dalle quali gli artisti, loro malgrado, dipendono. Si tratta cioè della casa di produzione e, ancor più, del network (in particolare della sua struttura fiction), che abbiamo visto essere il terminale decisionale ultimo essendo il principale (o addirittura unico) investitore, oltre che distributore, del prodotto. In quest’ultima sezione cercherò di chiarire i motivi del mancato accesso, della difficoltà ad ottenere informazioni e di chiarire perché ai fini dell’elaborazione finale dei dati questo fatto abbia costituito solo in parte un problema metodologico.

Mi sono resa presto conto che mi sarebbe stato impossibile partecipare alle riunioni con la produzione e/o con la rete, luoghi ai quali peraltro non hanno accesso nemmeno i dialoghisti o gli sceneggiatori di puntata e che l’unica soluzione percorribile sarebbe stata un’osservazione “semi-nascosta” con la complicità di uno sceneggiatore che avrebbe potuto presentarmi come un’assistente o una stagista. Pur convinta che questi momenti potessero costituire un tassello importante del mio puzzle e un’ulteriore occasione di vedere lo sceneggiatore “al lavoro”, approfondendo le modalità di negoziazione con la committenza, gli equilibri tra le parti (la rete, la produzione, gli artisti), i conflitti sulla storia, ho ritenuto che intraprendere questa strada avrebbe potuto essere sulla distanza più pericoloso che produttivo, rischiando di far saltare il campo stesso e di precludermi la possibilità di confrontarmi con gli altri attori del processo produttivo. Mi sono dunque “accontentata” di avere una conoscenza mediata (dal racconto degli sceneggiatori) delle “mitiche riunioni” (Giulia), preferendo instaurare un rapporto diretto con i funzionari di rete e i dipendenti delle case di produzione che avrebbe potuto essermi utile anche per conoscere la gerarchia interna (aspetto che rimane abbastanza fumoso dalle interviste con gli sceneggiatori), le strategie di *marketing*, i rapporti con gli sceneggiatori e i vincoli creativi colti da un punto di vista differente.

Il punto è che la difficoltà di accesso alla sfera del “potere” si è ri-palesata anche in sede di colloquio con i funzionari del network e gli interni alle case di produzione. È stato anzitutto significativo il tasso di rifiuti a sottoporsi all’intervista: nel caso di una rete satellitare, ad esempio, dopo svariati rinvii imputati al periodo particolarmente frenetico e alcune telefonate con un editor che, inizialmente offertosi di intercedere per me presso “i piani alti”, si è rivelato una sorta di informatore a rovescio (mi ha pressato chiedendomi che cosa volevo sapere, a cosa mi serviva, come avrei usato i dati, e così via), ho dovuto incassare un rifiuto motivato (sempre per bocca dello stesso editor) con un “*sai la politica dell’azienda è abbastanza impostata sulla segretezza... c’hanno paura*” (conversazione telefonica del 09/07/09)³⁶⁵. Anche le interviste effettivamente portate a termine sono state caratterizzate dall’evasività delle risposte quale strategia per non svelare troppo, per non verbalizzare quel che si sa ma non si può dire, sul filo di un astratto *politically correct*. L’atteggiamento generale registrato nei miei confronti si è rivelato più cauto al punto che i non-detti sono diventati il vero elemento di interesse. Se infatti le interviste si sono rivelate utili per avere

³⁶⁵ Qualcosa di simile è avvenuto con Mediaset quando ho cercato di sondare la possibilità di intervistare il responsabile generale della struttura R.T.I. ricevendo una sorta di “rifiuto preventivo” motivato come segue: “*Scheri ovviamente è il più impegnato di tutti e, detto tra noi, temo che visto il ruolo che ricopre ti darebbe risposte talmente istituzionali e diplomatiche da non risultare molto utili per i tuoi fini*” (dipendente R.T.I., comunicazione mail, 22/10/08).

più chiaro l'organigramma interno, il mio tentativo di indagare i modi in cui la rete decide di puntare su un progetto, indice sulla scelta degli sceneggiatori, dei registi e del cast, prende decisioni di tipo creativo è risultato vano. L'impressione che mi sono stata fatta è stata duplice: gli editor, sia delle case di produzione che interni al network, che sono stati i più disponibili e cordiali non avevano realmente idea di molti degli snodi di potere, i capi struttura Rai, i capistruttura Mediaset e i responsabili editoriali delle case di produzione tendevano ad assumere un atteggiamento di tutela rispetto i meccanismi decisionali lasciando presagire comunque che molte decisioni non dipendevano comunque da loro.

Alla fine è stato chiaro un fatto: quello che non sapevano gli sceneggiatori (chi decide e sulla base di che parametri) non lo sapevo nemmeno io. In parte perché l'identità che mi è stata attribuita era non solo quella di ricercatrice (ruolo che non suscitava curiosità ma solo estraneità e senso di ingerenza) ma anche quella di "amica degli sceneggiatori". Il timore ad esporsi ed il conseguente atteggiamento sulla difensiva può essere infatti dovuto non solo ad un tentativo di tutelare l'organizzazione per cui si lavora ma anche alla percezione da parte dell'intervistato sul posizionamento assunto dal ricercatore all'interno del campo, ovvero sul fatto di essere "dalla parte di" qualcuno che non è l'intervistato stesso. Come osserva Becker [1967: 245] quel che i membri di un gruppo coinvolto nel processo che si sta studiando imputano in genere al sociologo non è tanto la non veridicità dei dati raccolti quanto il fatto di non aver considerato tutti i dati rilevanti relativi al contesto studiato, e di guardare dunque a quel mondo dalla prospettiva di una sola delle parti in causa. Nello specifico, i funzionari interni al network e i dipendenti delle case di produzione mi hanno percepita come "l'avvocato" degli sceneggiatori per il semplice fatto che la mia ricerca aveva preso loro come focus centrale. Riporto di seguito un estratto dalle note raccolte in occasione di un'intervista con un *producer* di rete:

«inizio a spiegarle la mia ricerca e i motivi per cui mi interessa anche il suo punto di vista. Credo di non aver detto più di venti parole quando inizia a farmi una capoccia tanta col fatto che: (a) *"la mia tesi suona veramente di vecchio"* (b) secondo lei ho sbagliato punto di vista perché *"chissà cosa ti hanno raccontato gli sceneggiatori, stanno sempre a lamentarsi... ti avranno detto che quelli delle reti sono dei mostri, degli assassini della loro creatività, che loro non decidono un cazzo"* (c) per capire veramente come funziona il processo produttivo l'elemento chiave sono i produttori delle reti (cioè lei) che seguono tutta la macchina dall'inizio alla fine. Cerco di ribattere difendendo la mia posizione di studio [...] mi accorgo di aver alzato il tono di voce e di essermi innervosita [...]. Dopo una ventina di minuti mi dice *"scusa se mi sono infervorata"*. Le dico di non preoccuparsi che sono qui per ascoltarla e che mi interessa quello che ha da dire. Mi sono placata, almeno a parole. [... INTERVISTA]. Quando siamo davanti all'ascensore, ci accordiamo per rivederci e mi dice *"mi raccomando non riportare testualmente come han fatto quelli di Script [rivista di sceneggiatura]!"*» (note di campo, 18/10/08).

Da questo passaggio è evidente come il fatto di essere percepiti *dalla parte* di qualcuno crei rapporti difficili con i "superiori" [Altheide, 1976], cosa che porta, com'è avvenuto nell'intervista dell'esempio (caratterizzata da risposte evasive e

generici *boh, non so, non mi ricordo*), all'impossibilità di avere accesso a determinate informazioni, soprattutto per quanto concerne i meccanismi decisionali. In modo simile ad Altheide [*ibidem*], che confessava di essere stato in tensione quando il direttore del telegiornale era nei paraggi e di aver fatto di tutto per evitarlo (cosa che facevano molti dipendenti), anch'io ho assunto un atteggiamento dapprima risentito e poi difensivo ed ho avvertito un senso di disagio per tutta la durata dell'intervista tanto che ho evitato di avere altri rapporti con la produttrice nonostante fossimo rimaste d'accordo di risentirci. Col senno di poi, e dopo una serie di interviste più rilassate, riconosco di aver gestito in modo errato quella situazione e di essermi fatta sopraffare da emozioni che hanno inciso negativamente sull'andamento della stessa. Ciononostante credo che questa esperienza mi abbia insegnato a pormi in modo diverso nei miei rapporti con i network: cercando di dominare quel vago senso di imbarazzo [Goffman, 1956] che mi ha accompagnato sulle prime in ogni nuovo rapporto con i dipendenti delle reti e pur non nascondendo al mio interlocutore/trice che stavo di fatto studiando gli sceneggiatori, mi sono mantenuta più possibile sul vago circa gli obiettivi del mio lavoro e l'impianto della ricerca ponendo immediatamente l'accento sul mio interesse (profondo) per il lavoro fatto dal network sul prodotto che poi avrebbe mandato in onda. La mia nuova posizione si è rivelata strategicamente valida, tanto che durante la mia ultima visita in Rai (a campo, purtroppo, ormai chiuso) mi è stata paventata la possibilità di uno stage. Senza troppi giri di parole mi sono letteralmente *mangiata le mani*: perché nonostante fosse migliorata la qualità dei miei rapporti (tanto che ho continuato ad avere contatti via mail con due produttori, uno Rai ed uno Mediaset) il mio livello di accesso è rimasto comunque basso. Così come nell'esempio più sopra riportato l'interlocutore si era raccomandato di *non riportare testualmente* le sue parole, evidenziando il timore di aver detto troppo o meglio di averlo detto in modo inappropriato, anche nel corso delle altre interviste la tendenza a "sbottonarsi" solo a registratore spento (o creduto spento) mi è parso un segnale della parzialità delle informazioni a cui avevo accesso e della posizione difensiva mantenuta per preservare i "segreti" dell'organizzazione. Di conseguenza credo che solo una posizione di *insider* (e una modalità di ricerca semi-nascosta) potrebbe consentire uno studio in profondità di questo tipo di organizzazioni, aspetto comunque che non rientrava nei miei obiettivi di ricerca.

Concludendo, posso affermare che gli incontri con le persone che lavoravano all'interno di un network, al di là delle difficoltà circa il mio posizionamento e delle strategie messe in atto, più o meno consciamente, per non esporsi troppo, sono stati utili ai fini di questo lavoro per almeno due ordini di motivi: da un lato, hanno contribuito a situare l'opera e l'idea di autore ad essa sottesa in una rete di cooperazione, negoziazione e conflitto di cui erano via via più chiare le "regole del gioco", dall'altro mi hanno spinto a guardare al mestiere dello sceneggiatore da un altro punto di vista (quello di colui che commissiona il lavoro), fornendomi un quadro, ora impietoso ora compassionevole, della categoria professionale da me studiata. Sul piano del mio posizionamento nel campo, infine, sono stati una sfida alla costruzione di una nuova immagine che progressivamente lasciasse in ombra lo stigmatizzante ruolo di *amica* degli sceneggiatori.

Conclusioni. La bolla è scoppiata

Il mio viaggio *ex-post* attraverso la ricerca può dirsi ormai concluso. Credo che due aspetti siano emersi con forza da queste pagine: da un lato, la difficoltà di entrare in confidenza con un mondo di cui non si sapeva nulla all'ingresso e che, storicamente, ama circondarsi di un alone di mistero; dall'altro, il tentativo di allargare i propri orizzonti conoscitivi sfruttando tutto quel che il campo ha da offrire. È su questi presupposti che ho voluto descrivere l'attività di osservazione su cui si basa il presente lavoro e di cui ho cercato di dare testimonianza in queste pagine. Ricorrerò invece ancora una volta ad un episodio avvenuto sul campo, e descritto nell'estratto che segue, per anticipare queste righe conclusive dedicate alla fine del mio lavoro di osservazione, ovvero, usando una metafora a me cara, all'uscita definitiva dalla "bolla" ed al suo conseguente scoppio:

«non mi accorgo che siamo già arrivati a Lucio Sestio [fermata della metro A]... mi alzo di scatto. Le porte si aprono, mi giro, gli dico "*grazie di tutto*", Alessandro non mi dice né ciao né prego ma solo "*conserva un buon ricordo*". Scendo, le porte si chiudono, gli faccio ciao con la mano dal vetro... certo che conserverò un buon ricordo!» (note di campo, 20/08/08).

Non nascondo che nelle fasi iniziali dell'analisi il "*buon ricordo*" mi ha giocato dei brutti scherzi: faticavo a guardare alle cose che avevo scoperto, ai volti ormai noti, alle parole pronunciate con spiccato accento romano, ai bicchieri di vino sorseggiati alla libreria del cinema, alle righe di una mail che leggevo divertita, come ai "miei" dati. Perché alla fatica di stare sul campo si è accompagnata la fatica di uscirvi, tanto che a quella che nelle mie intenzioni doveva essere l'ultima trasferta ne è seguita un'altra, che ha avuto tutto il sapore dell'ultimo giorno delle vacanze al mare, quando ormai ci si sente per certi versi a casa [Wagle e Cantaffa, 2008] e un po' dispiace che la partenza sia così imminente. "*Proprio sul più bello*" ho pensato: perché, come accade per ogni avventura, l'impressione è che se ricominciasse tutto da lì sarebbe davvero perfetto, perché sapremmo viverla e sfruttarla appieno. La ricerca di fatto non ci nega questa possibilità, anzi: ci invita a ripartire da ciò che è rimasto in ombra, da quel che avremmo potuto fare o vedere, ci spinge a far tesoro di un bagaglio di conoscenze acquisite per porci nuovi interrogativi e formulare nuove ipotesi.

Nel frattempo ci accorgiamo che l'esperienza si fa "dato" in modo quasi naturale, e il dato diventa la nostra nuova sfida, a sistematizzare e comprendere. Del resto «questa è la regola del gioco: forzarsi artificialmente di entrare in accordo con qualcosa del quale poi riferire in qualità di testimoni – non come intervistatori, non come ascoltatori, ma in quanto testimoni di come [coloro che vogliamo studiare] reagiscono davvero a cosa viene fatto su di loro e intorno a loro» [Goffman, 1989: 109]. Questo lavoro è precisamente il risultato di quello sforzo, e contiene in sé una speranza: che sia un arrivo per una nuova partenza.

appendice A

Biografie sceneggiatori intervistati

Abatantuono Michele: lavora a *'Cento Vetrine'*, dove ha ricoperto il ruolo di dialoghista, *story editor*, *head writer*. Per Hoepli sono usciti *'Come t'antitoli?'* (1999) e *'Come t'antitoli vol. 2'* (2000), scritti con Marco Navigli e Fabrizio Rocca, e per Gremese Editore *'Vado a vivere da solo'* (2001), scritto con Mariano Uberti. È membro del direttivo S.A.C.T.

Aliprandi Daniele: ha scritto alcuni episodi per *'Di padre in figlio'* (2002), *'Doppio inganno'* (2002), *'Distretto di polizia'* (2002), *'Blindati'* (2003) e per il cinema *'Guido che sfidò le brigate rosse'* (2007).

Albanesi Gabriele: ha scritto e diretto *'Braccati'* (2001), *'L'armadio'* (2002), *'Mummie'* (2003), *'Il bosco fuori'* (2006). È anche attore e gestisce insieme ad Alessandra Di Gesù una piccola casa editrice indipendente (Mesaverde).

Alessi Marco: sceneggiatore di puntata tra gli altri di *'Elisa di Rivombrosa'* (2003), *'Cuore contro cuore'* (2004), *'Le stagioni del cuore'* (2004), *'La signora delle camelie'* (2005), *'Donne Assassine'* (2008), quest'ultima per Sky; è co-autore della miniserie *'Rino Gaetano. Ma il cielo è sempre più blu'* (2008). È stato aiuto regista in *'Tano da morire'* (2009) e *script editor* per la soap opera *'Agrodolce'* (2008).

Alvino Francesca: è stata *head writer* ed editor sul set di *'Ho sposato un calciatore'* (2005), ha scritto alcuni episodi di *'Terapia d'urgenza'* (2008). Ha ricoperto diverse mansioni (da dialoghista a *story liner*) per la soap opera *'Un posto al sole'*. È attualmente dialoghista per *'Un posto al sole'* e *'Agrodolce'*.

Bavastro Massimo: aiuto regista de *'Il mostro'* (1994), sceneggiatore per il cinema de *'L'ultima stazione'* (1994) con protagonista Sergio Rubini. Per la televisione ha sceneggiato tra gli altri *'Ultimo 3'* (2004), *'R.I.S.'* (2005 e 2006), *'Gente di mare'* (2007). È anche autore teatrale.

Bises Stefano: ha sceneggiato episodi per *'Baldini e Simoni'* (1999), *'R.I.S.'* (2005), *'Distretto di polizia'* (2002-2005), *'Gente di mare'* (2005), *'L'ispettore Coliandro'* (2006), *'Medicina generale'* (2007); è co-autore della serie *'Tutti pazzi per amore'* (2009) e delle miniserie *'Il capo dei capi'* (2007) e *'L'ultimo padrino'* (2008); è stato *head writer* di *'Ho sposato un calciatore'* (2005). È anche autore televisivo per il programma di Simona Dandini *'Parla con me'* (RaiTre).

Bomprezzi Gianluca: è stato sceneggiatore ed editor delle due stagioni di *'Sette vite'* (2007-2009). È stato sceneggiatore di puntata di *'Vento di ponente'* (2002), *'I Cesaroni'* (2006), *'Anna e i cinque'* (2008).

Bonini Marco: ha scritto per il cinema *'Billo il grand dakhaar'* (2007) e *'18 anni dopo'* (2009). È principalmente un attore. Al RomaFictionFest 2008 ha presentato il pilota per una serie dal titolo *'Ne parliamo a cena'*. È uno dei promotori del progetto "co-producers", una formula produttiva che rende tutti i partecipanti materiali di un prodotto artistico proprietari dell'opera.

Brizzi Fausto: dal 1998 al 2007 è co-autore dei film di Natale prodotti da Aurelio De Laurentis (*'Natale a...'*). È stato sceneggiatore di puntata di *'Lui e lei'* (1998), *'Baldini e Simoni'* (1999), *'Sei forte maestro'* (2000), *'Valeria medico legale'* (2000), delle miniserie *'Non ho l'età'* (2001 e 2002) e *'Benedetti dal Signore'* (2004), del film-tv *'Il mio amico Babbo Natale'* (2005). È regista e sceneggiatore di *'Notte prima degli esami'* (2006), *'Notte prima degli esami oggi'* (2007), *'Ex'* (2009).

Bruno Massimiliano: è sceneggiatore per la tivù de *'I Cesaroni'* (2006) e per il cinema di *'Notte prima degli esami'* (2006), *'Notte prima degli esami oggi'* (2007) e *'Ex'* (2009). È co-autore di Paola Cortellesi e autore teatrale. È attore per il cinema, la televisione e il teatro. Ha condotto su Fox-Fx la trasmissione sportiva *'80° minuto'* (2008).

Calandra Roberta: è sceneggiatrice per il cinema di *'La storia che segue'* (1994) e *'Non con un bang'* (1999); è autrice radiofonica e sceneggiatrice di fumetti. È stata ingaggiata per diverse bibbie di serie e progetti che non sono mai più stati prodotti.

Cesarano Daniele: ha scritto alcune puntate di *'Lui e Lei'* (1999), *'Distretto di polizia'* (2000-2005), *'Cuore contro Cuore'* (2004), *'R.I.S.'* (2005-2006), *'Donne assassine'* (2008); è stato *head writer* di tre serie di *'Distretto di polizia'* e co-autore della serie *'Romanzo criminale'* (2008-2009) e della miniserie *'Il mostro di Firenze'* (2008). È presidente della S.A.C.T.

Cestaro Fabrizio: è sceneggiatore di puntata di *'Vento di ponente'* (2002), *'Elisa di Rivombrosa'* (2003), *'I Cesaroni'* (2009); è stato *head writer* delle prime due serie de *'I Cesaroni'* e di *'Tutti per Bruno'* (2010).

Ciarrapico Giacomo: è stato sceneggiatore di *'Baldini e Simoni'* (1999), *'I Cesaroni'* (2006); ha scritto e diretto *'Buttafuori'* (2006); è sceneggiatore delle tre stagioni di *'Boris'* oltre che regista della seconda. Per il cinema ha scritto e diretto *'Eccomi qua'* (2003). È anche autore teatrale.

Cioce Francesco: ha lavorato alle soap opera *'Un posto al sole'* e *'Cuori rubati'*; ha sceneggiato alcune puntate de *'I Cesaroni'* (2006) e *'Crimini Bianchi'* (2008). È attualmente *script editor* de *'La squadra'*.

Cotta Ramosino Luisa: è stata sceneggiatrice di puntata di *'Don Matteo'* (2004-2006) e sceneggiatrice ed editor delle ultime quattro serie di *'Distretto di Polizia'*.

De Cataldo Giancarlo: ha scritto per la televisione *'Paolo Borsellino'* (2004), *'Il giudice Mastrangelo'* (2005), *'Crimini'* (2007). È stato editor della serie *'Romanzo Criminale'* (2008-2009). Ha pubblicato tra gli altri per Mondadori *'Nero come il cuore'* (1989), per Einaudi *'Romanzo criminale'* (2002), per Rizzoli *'L'india, l'elefante e me'* (2008).

De Mola Salvatore: è co-autore ed editor di *'48ore'* (2006) e *'Gente di mare'* (2007) e dei film-tv de *'Il commissario Montalbano'* (2002-2008); per Sky ha scritto *'Nel nome del male'* (2009) e per il cinema *'Mio cognato'* (2003) e *'La canarina assassinata'* (2008). È *head writer* delle ultime due serie de *'I Cesaroni'*.

Farina Cristiana: ha lavorato ad *'Un posto al sole'* ed è una delle ideatrici delle soap *'Vivere'* e *'Cento Vetrine'*. Ha lungamente lavorato per la casa di produzione Endemol nella produzione di *reality show*. È stata la prima a ricoprire il ruolo di *writer-producer* in Italia per la serie tv *'Amiche mie'* (2008). Per il cinema ha scritto *'Un amore perfetto'* (2002) e *'Melissa P.'* (2005). È membro del direttivo S.A.C.T.

Fasoli Leonardo: per la televisione ha scritto tra gli altri le miniserie *'Ultimo 3'* (2004), *'Paolo Borsellino'* (2004), *'L'ultimo padrino'* (2008) ed alcune puntate di *'La stagione dei delitti'* (tra il 2004 e il 2007), *'Squadra antimafia Palermo oggi'* (2009); è stato *head writer* di *'48ore'* (2006) *'Gente di mare'* (2007). Per il cinema ha scritto *'Un amore'* (1999), *'Liberi'* (2003), *'Mar piccolo'* (2009).

Fossataro Paola: ha lavorato ad *'Un posto al sole'*; ha scritto sceneggiature di puntata per le serie *'Baldini e Simoni'* (1999), *'Nebbia in Val Padana'* (2000), *'Questa è la mia terra'* (2006), *'Vous la femme'* (2009). È stata *head writer* della serie *'Amiche mie'* (2008).

Koch Giovanna: ha scritto episodi di puntata per *'Crimini'* (2006), *'Medicina generale'* (2006), *'La squadra'* (dal 2001 15 puntate); è autrice delle miniserie *'Liberi di giocare'* (2007) e *'Mal'aria'* (2009). È suo il soggetto della sitcom *'Belli dentro'* (2005). Per il cinema ha scritto *'Sottovento'* (2001). È vicepresidente S.A.C.T.

Lusuardi Nicola: ha scritto *'Ultimo 2'* (1999), *'Il giovane Casanova'* (2002), *'Renzo e Lucia'* (2004), *'Virginia la monaca di Monza'* (2004), *'Maigret'* (2004), *'Crimini'* (2007), *'Il pirata. Marco Pantani'* (2007), *'Puccini'* (2009). È nel direttivo dell'associazione 100autori.

Manzi Luca: è stato direttore editoriale alla Lux Vide e consulente per Rizzoli Audiovisivi. Ha sceneggiato una puntata della serie *'Don Matteo'* (2006) e il film-tv *'Senza via d'uscita'* (2007). È sua l'idea della sitcom *'Boris'*.

Martani Marco: È stato sceneggiatore di puntata di *‘Tutti gli uomini sono uguali’* (1998), *‘Lezioni di guai’* (1999), *‘Sei forte maestro’* (2000), *‘Valeria medico legale’* (2000), delle miniserie *‘Non ho l’età’* (2001 e 2002) e *‘Benedetti dal Signore’* (2004), del film-tv *‘Il mio amico Babbo Natale’* (2005). Per il cinema dal 1998 al 2008 è co-autore dei film di Natale prodotti da Aurelio De Laurentis (*‘Natale a...’*), di *‘Notte prima degli esami’* (2006), *‘Notte prima degli esami oggi’* (2007), *‘Ex’* (2009). È sceneggiatore e regista di *‘Cemento armato’* (2007).

Mittone Anna: ha lavorato ad *‘Un posto al sole’*; ha scritto sceneggiature di puntata per le serie *‘Le stagioni del cuore’* (2004), *‘Questa è la mia terra’* (2006), *‘Capri’* (2006 e 2008), *‘Anna e i cinque’* (2008) e *‘Amiche mie’* (2008). È stata head writer di *‘Terapia d’urgenza’* (2008).

Nuccetelli Maura: per la televisione è sceneggiatrice per le serie *‘Lui e Lei’* (1998), *‘Nati ieri’* (2006), *‘Questa è la mia terra’* (2006), *‘Il falco e la colomba’* (2009) e le miniserie *‘Rita da Cascia’* (2004), *‘Callas e Onassis’* (2005), *‘Il coraggio di Angela’* (2008), *‘Paolo VI’* (2008). Per il cinema ha scritto tra gli altri *‘Il grande Blek’* (1987), *‘Le mani forti’* (1997), *‘Velocità massima’* (2002).

Oriani Alex: è stato sceneggiatore ed editor delle due stagioni di *‘Sette vite’* (2007-2009) e sceneggiatore di puntata de *‘I Cesaroni’* (2006).

Palladino Dante: ha lavorato per le soap opera *‘Un posto al sole’*, *‘Vivere’* e *‘Cuori rubati’*; ha sceneggiato alcune puntate di *‘Nebbia in Val Padana’* (2000), *‘Questa è la mia terra’* (2006; di cui è co-soggettista), *‘Crimini bianchi’* (2008-2009) e di *‘Distretto di Polizia’* (stagioni 2008 e 2009). Delle ultime due è stato anche head writer.

Pagano Gianmario: è sceneggiatore delle miniserie *‘Giuseppe di Nazareth’* (2000), *‘San Paolo’* (2000), *‘San Giovanni – L’Apocalisse’* (2002), *‘San Pietro’* (2005), *‘Maria Montessori’* (2007), *‘Paolo VI’* (2008). È stato consulente religioso per la casa di produzione Lux Vide.

Paragnani Herbert Simone: è stato sceneggiatore di puntata di *‘Lui e lei’* (1998), *‘Lezioni di guai’* (1999), *‘Non lasciamoci più 2’* (2001), *‘Vento di ponente’* (2002), *‘Don Matteo’* (2004), *‘Anna e i cinque’* (2008), *‘L’ispettore Coliandro’* (2009). È stato regista di *‘Appuntamento al buio’* (2002), *‘Sei come sei’* (2002), e di un episodio di *‘Donne Assassine’* (2008). È co-head writer della prima stagione de *‘I Cesaroni’* (2006).

Pascolini Paola: per il cinema ha scritto *‘Signore e Signori’* (1984), *‘Chi c’è c’è’* (1987). Per la televisione ha iniziato scrivendo i film *‘Una casa a Roma’* (1988), *‘E non se ne vogliono andare’* (1988); sue sono le miniserie *‘Il padre delle spose’* (2006), *‘Il figlio della luna’* (2007), *‘Le ragazze di San Frediano’* (2007). È stata head writer di *‘Un medico in famiglia’* (cinque stagioni) e *‘Capri’* (due stagioni).

Ravagli Maddalena: sceneggiatrice di puntata per *'Sospetti 3'* (2005), *'Gente di mare'* (2007), *'Amiche mie'* (2008), *'Squadra antimafia Palermo oggi'* (2009). Per il cinema è autrice di *'Bianco e nero'* (2007), *'Solo un padre'* (2008), *'Mar piccolo'* (2009).

Rossi Luca: sceneggiatore di puntata per *'Distretto di polizia'* (2000), *'Gli insoliti ignoti'* (2003), *'Una vita in regalo'* (2003), *'E poi c'è Filippo'* (2006), *'Quo vadis baby'* (2008), *'Criminù'* (2009). Ha pubblicato *'I disarmati'* (1994 per Mondadori) e *'Sex Virus'* (1999 per Feltrinelli).

Saverni Domenico (51 anni): per la televisione ha scritto *'Classe di ferro'* (1989), *'Ci vediamo in tribunale'* (1996; che ha anche diretto), *'Don Matteo'* (autore del format). Per il cinema è stato aiuto regista de *'La chiave'* (1983) e *'Miranda'* (1985) di Tinto Brass; regista di *'Fantozzi 2000 – La clonazione'* (1999); sceneggiatore di sei film di *'Fantozzi'* (dal 1986 al 1999), tre film de *'Le comiche'* (1990-1992-1994), *'Richi e Barabba'* (1992), *'Le rose del deserto'* (2006) e gli ultimi tre film di Natale prodotti da De Laurentis.

Scardamaglia Francesco: ha scritto tra gli altri per il cinema *'Altrimenti ci arrabbiamo'* (1974), *'A mezzanotte va la ronda del piacere'* (1975), *'Lo chiamavano Bulldozer'* (1978); per la televisione sono sue le miniserie *'Quo vadis'* (1985), *'Un bambino di nome Gesù'* (1987), *'Papa Giovanni XXIII'* (2002), *'Madre Teresa'* (2003), *'Renzo e Lucia'* (2004), *'Puccini'* (2009). Sua la casa di produzione Leone Cinematografica. È uno dei soci fondatori della S.A.C.T.

Signorile Fidel: è sceneggiatore di *'Compagni di scuola'* (2007), *'La omicidi'* (2004), *'Un medico in famiglia'* (2009), *'Il commissario Manara'* (2009). Per il cinema ha scritto *'La prima linea'* (2009). È nel direttivo dell'associazione 100autori.

Tafuri Lea: è co-sceneggiatrice di *'Don Bosco'* (2004), *'Callas e Onassis'* (2005), *'Coco Chanel'* (2008). Ha lavorato sia come sceneggiatrice che come editor interno alla casa di produzione alle serie *'Don Matteo'* (2006) e *'Ho sposato uno sbirro'* (2008).

Torre Mattia: ha sceneggiato la soap opera *'Cuori Rubati'*, la sitcom *'Buttafuori'* (2006), *'I Cesaroni'* (2006). È sceneggiatore delle tre stagioni di *'Boris'* oltre che regista della seconda. È coautore di Simona Dandini per il programma *'Parla con me'* (RaiTre). È anche autore teatrale.

Toscano Laura: ha iniziato a scrivere per la televisione dalla metà degli anni Ottanta, i suoi successi seriali più famosi sono *'Il Commissario Rocca'* (1996-2008) e *'Commesse'* (1999), tra le miniserie e i film-tv si ricordano la collection *'Lucia – Matilde – Angela'* (2005), *'L'ultimo dei Corleonesi'* (2007), *'Una madre'* (2009). L'ultimo suo lavoro è stato *'Le segretarie del sesto'* (2009). Per il cinema ha scritto *'La pretora'* (1976), *'Aragosta a colazione'* (1979), *'Mia moglie è una strega'* (1981), *'Bingo Bongo'* (1982), *'Fracchia contro Dracula'* (1985). È uno dei soci fondatori della S.A.C.T. Si è spenta all'inizio del 2009.

Vendruscolo Luca: ha sceneggiato la soap opera *'Cuori Rubati'* e la sitcom *'Buttafuori'* (2006); è sceneggiatore delle tre stagioni di *'Boris'* oltre che regista della prime due. Per il cinema ha scritto e diretto *'Piovono Mucche'* (2002). È anche autore teatrale.

Ventriglia Gino: è suo il format di serie di *'Un posto al sole'*; per il cinema ha scritto *'Arrivederci amore ciao'* (2006). È membro del direttivo S.A.C.T. e lavora come story editor freelance.

appendice B

Resoconto interviste sceneggiatori (con pseudonimi)

N.	Pseudonimi	Data intervista
1.	Alberto	24/10/08; 11/12/08; 09/07/09
2.	Alessandra	18/04/08; 30/05/08; 28/11/08
3.	Alessandro	13/02/08; 17/03/08; 11/12/08
4.	Alvise	23/10/08
5.	Andrea	06/06/08
6.	Angelo	12/05/08; 02/10/08
7.	Carla	22/10/08
8.	Davide	16/05/08
9.	Dario	09/08/08
10.	Diego	31/07/07
11.	Elena	21/10/08
12.	Enrico	03/06/08; 04/06/08
13.	Enzo	10/12/07
14.	Ernesto	15/10/08
15.	Federico	11/07/08
16.	Filippo	07/10/08; 09/07/09
17.	Franco	01/10/08
18.	Giorgio	13/02/08; 11/12/08
19.	Giovanni	02/08/07
20.	Giulia	14/05/08; 10/07/08; 01/10/08; 04/12/08; 07/07/09
21.	Giuseppe	08/10/08
22.	Guido	16/10/08
23.	Ivano	17/10/08
24.	Lorenzo	14/07/08; 10/10/08; 03/12/08; 02/07/09
25.	Lucia	16/10/08
26.	Lucrezia	03/12/08
27.	Marina	15/05/08
28.	Mario	16/05/08
29.	Marta	12/02/08 ; 21/03/08; 13/05/08; 05/06/08 ; 09/07/08;

09/10/08; 10/12/08; 01/07/09

30.	Matteo	05/06/08; 16/10/08
31.	Mirko	22/10/08
32.	Monica	23/10/08
33.	Paolo	05/06/08; 09/07/08
34.	Patrizia	14/07/08
35.	Pietro	13/02/08; 11/12/08
36.	Rachele	03/12/08
37.	Raffaella	12/02/08
38.	Riccardo	10/10/08
39.	Roberto	14/10/08; 09/12/08
40.	Sergio	15/05/08
41.	Simone	15/05/08; 06/06/08; 16/10/08; 01/12/08; 11/07/09
42.	Tommaso	02/10/08
43.	Valerio	03/06/08

appendice C

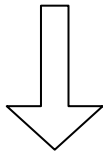
Traccia dell'intervista agli sceneggiatori

PRESENTAZIONE

- Età
- Provenienza geografica
- Studi → titolo di studio (istituzionale); corsi, scuole, master e specializzazioni
- Background familiare

CARRIERA

- Percorso professionale (attuale impegno lavorativo, lavori precedenti, progetti futuri)
- Motivazione alla professione
- Passaggio al “professionismo” (quando “sceneggiare” è diventato un lavoro)



- Aspetti economici:
- (a) Guadagno
 - (b) Livello di incertezza
 - (c) Diritti d'autore
 - (d) Confronto con altre figure della fiction
 - (e) Confronto con cinema e letteratura

- Sacrifici → in termini di relazioni familiari e tempo libero

ROUTINES PRODUTTIVE

- Tempi di scrittura
 - Modi di scrittura
 - Percorso e fasi → dal primo all'ultimo momento in cui un autore ha tra le mani la storia e ci lavora sopra
 - Simultaneità con altri progetti e collaborazioni con più produttori
 - Scelte rispetto ai contenuti
- “Specializzazione” → riconoscibilità cifra stilistica

ASPETTI RELAZIONALI (VINCOLI-NEGOZIAZIONI)

- Reti
 - Associazioni di categoria
 - Occasioni di incontro informale tra autori
 - Innovazione-tradizione (centro *versus* periferia)
- Forma delle interazioni (Scambi/Incontri/Scontri)
 - Casa di produzione (con chi?)
 - Emittente televisiva (con chi?)
 - Regista/i
 - Altri sceneggiatori
- Libertà – costrizione nelle scelte

PERCEZIONE RISPETTO A CHI è UNO **sceneggiatore affermato**

appendice D

Resoconto delle interviste ad osservatori privilegiati

N.	Nome	Professione	Data intervista
1.	Andaloro Anouk	Produttore (Rai Fiction)	12/12/08
2.	Audino Dino	Editore e direttore corso Rai Script	14/10/08
3.	Bernabei Ornella	Resp. Produzione Fiction (Grundy)	14/10/08
4.	Buondonno Giusi	Editor a progetto (Rai Fiction)	11/12/08
5.	Cometti Alfonso	Capoarea (RTI)	09/10/08; 03/12/08; 07/07/09
6.	Di Gesù Alessandra	Produttore indep. (Mesaverde)	31/07/07
7.	Eleuteri Sabrina	Distribuzione RaiTrade	01/08/07
8.	Ermidoro Francesca	Stagista (Magnolia)	07/10/08; 10/12/08
9.	Farsi Lorenzo	Story editor (Lux Vide)	11/12/07
10.	Fiore Peppe	Story editor (Wilder)	02/12/08
11.	Levi Gioia	Agente	13/10/08
12.	Lucherini Fabrizio	Vicepresidente OFI e docente	14/05/08; 16/07/08
13.	Marengo Davide	Regista	12/12/08
14.	Mastria Salvatore	Editor (RTI)	19/10/08
15.	Morandi Fabrizio	Agente	16/10/08
16.	Nardella Francesco	Produttore (Rai Fiction)	10/12/08
17.	Silveri Alessandra	Produttore (RTI)	03/12/08
18.	Sironi Alberto	Regista	01/12/08
19.	Tratteur Elisabetta	Produttore (RTI)	19/10/08
20.	Troncelliti Daniela	Produttore Rai Fiction	12/12/08
21.	Vullo Monica	Regista	05/12/08
22.	Zesi Luca	Story editor (Publispei)	09/12/08

riferimenti bibliografici

Abbott A.

1988 *The system of professions: an essay on the division of expert labor*, Chicago e London, University of Chicago Press.

Abramson B. D.

2002 *Country Music and cultural industry: mediating structures in transnational media flow*, in «Media Culture & Society», vol. 24 (2), pp. 255-274.

Abruzzese A.

1983 *Ed è subito serial*, in «Rinascita», n. 30, p. 25.

1984a “Narrativa e serialità”, in A. Abruzzese (a cura di), *Ai confini della serialità*, Napoli, Società Editrice Napoletana, pp. 46-54.

1984b *La televisione come cultura di massa. La produzione di serialità*, in «Problemi dell'informazione», n. 2, pp. 169-204.

Accardo A. (a cura di),

1995 *Journalistes au Quotidien. Pour une socioanalyse des pratiques journalistiques*, Bourdeaux, Editions Le Mascaret.

Adler J. E.

1979 *Artists in Offices: An Ethnography of an Academic Art Scene*, New Brunswick (NJ), Transaction.

Agulhon M.

1977 *Le cercle dans la France bourgeoise 1810-1848. Etude d'une mutation de sociabilité*, Paris, Armand Colin; trad. it. *Il salotto il circolo e il caffè. I luoghi della sociabilità nella Francia borghese (1810-1848)*, Roma, Donzelli, 1993.

Alasuutari P.

1995 *Researching Culture: Qualitative Method and Cultural Studies*, London, Sage.

Albrecht M. C., Barnett J. H. e Griff M. (a cura di)

1970 *The Sociology of Art and Literature*, London, Gerald Duckworth & Co.

Alessandrini L.

1984 “Lo sceneggiato televisivo e i suoi itinerari”, in R. Zaccaria (a cura di), *Rai la televisione che cambia, cit.*, pp. 202-211.

Alexander J. C. e Smith P.

2003 “The strong program in cultural sociology: Elements of a structural hermeneutics”, in J. C. Alexander, *The Meanings of Social Life: A Cultural Sociology*, Oxford,

- Oxford University Press, pp. 11-26; trad. it. "Un «programma forte» in sociologia culturale: elementi di ermeneutica strutturale", in M. Santoro e R. Sassatelli (a cura di), *Studiare la cultura*, cit., pp. 287-307.
- Allrath G. e Gymnich M. (a cura di)
2005 *Narrative Strategies in Television Series*, New York, Palgrave Macmillan.
- Alovisio S.
2006 "Scenari. La sceneggiatura nel cinema muto", in M. Comand (a cura di), *Sulla carta. Storia e storie della sceneggiatura in Italia*, Torino, Lindau, pp. 33-70.
- Altheide D. L.
1976 *Creating Reality. How TV News Distort Events*, Beverly Hills (CA), Sage; trad. it. *Creare la realtà. I telegiornali in America: selezione e trattamento delle notizie*, Torino, Eri, 1985.
- Alvarado M. e Buscombe E.
1978 *Hazell. The Making of a TV Series*, London, BFI/Latimer.
- Alvino F.
2005/06 *Dallo script al teleschermo: l'adattamento italiano della serie televisiva "Footballers' Wives"*, tesi di laurea, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Napoli.
- Anderson C.
1994 *Hollywood TV: The Studio System in the Fifties*, Austin, University of Texas Press.
- Anderson J. A.
1987 *Communication Research. Issues and Methods*, New York, McGraw-Hill.
- Ang I.
1996 *Living Rooms Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*, London, Routledge.
- Anheier H. K., Gerhards J. e Romo F. P.
1995 *Forms of Capital and Social Structure in Cultural Fields: Examining Bourdieu's Social Topography*, in «American Journal of Sociology», vol. 100 (4), pp. 859-903.
- Arendell T.
1997 *Reflections on the Researcher-Researched Relationship: A Woman Interviewing Men*, in «Qualitative Sociology», vol. 20 (3), pp. 341-368.
- Arthur M. B., Inkson K. e Pringle J. K.
1999 *The New Careers: Individual Action and Economic Change*, Thousand Oaks (CA) e London, Sage.

- Arthur M. B. e Rousseau D. M. (a cura di)
 1996 *The Boundaryless Career. A New Employment Principle for a New Organizational Era*, New York, Oxford University Press.
- Asor Rosa A.
 1983 *L'opera d'arte tra il serio e il seriale*, in «Rinascita», n. 28, p. 33-34.
- Astruc A.
 1948 "The birth of a new avant-garde: la camera stylo", in J. Caughie, *Theories of Authorship*, London, Routledge and Kegan Paul, 1981, p. 9.
- Aufderheide P.
 1991 *Public Television and the Public Sphere*, in «Critical Studies in Mass Communication», vol. 8, pp. 168-183.
- Baker W. E. e Faulkner R. R.
 1991 *Role as resource in the Hollywood film industry*, in «American Journal of Sociology», vol. 97 (2), pp. 279-309.
- Balassone S.
 2000 *La TV nel Mercato Globale*, Roma, Meltemi.
- Balbastre G.
 2000 *Une information précaire*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», n. 131/132, pp. 76-85.
- Banks M. e O'Connor J.
 2009 *After the creative industries*, in «International Journal of Cultural Policy», vol. 15 (4), pp. 365-373.
- Barber B.
 1963 *Some Problems in the Sociology of the Professions*, in «Daedalus», vol. 92 (4), pp. 669-688.
- Barthes R.
 1957 *Mythologies*, Paris, Seuil; trad. it. *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi, 1994.
 1968 "The Death of the Author", in G. Stygall, *Academic discourse: readings for argument and analysis*, Mason (Oh), Thomson Learning Custom, pp. 101-106.
 1970 *S/Z*, Paris, Seuil; trad. it *S/Z*, Torino, Einaudi, 1990.
 1977 "From Work to Text", in J. V. Harari (a cura di), *Textual strategies: perspectives in post-structuralist criticism*, Ithaca (NY), Cornell University Press, 1979, pp.
- Battocchio F.
 2003 *La produzione televisiva*, Roma, Carocci.
- Bayma T.
 1995 *Art World Culture and Institutional Choices: The Case of Experimental Film*, in «Sociological Quarterly», vol. 36 (1), pp. 79-95.

Becker H. S.

- 1951 *The professional dance musician and his audience*, in «American Journal of Sociology», vol. 57 (2), pp. 136-144.
- 1952 *The Career of the Chicago Public Schoolteacher*, in «American Journal of Sociology», vol. 57 (5), pp. 470-477.
- 1963 *Outsiders. Studies in the Sociology of Deviance*, New York, The Free Press, 1996.
- 1967 *Whose Side Are We On?*, in «Social Problems», vol. 14 (3), pp. 239-247.
- 1974 *Art as collective action*, in «American Sociological Review», vol. 39 (6), pp. 767-776.
- 1978 *Arts and Crafts*, in «American Journal of Sociology», vol. 83 (4), pp. 862-889.
- 1979 *What's Happening to Sociology?*, in «Society», vol. 16 (5), pp. 19-24.
- 1982 *Art Worlds*, Berkeley e Los Angeles (CA), University of California Press; trad. it. *I mondi dell'arte*, Bologna, il Mulino, 2004.
- 1998 *Tricks of the Trade. How to Think about Your Research while You're Doing It*, Chicago, Ill., The University of Chicago Press; trad.it. *I trucchi del mestiere. Come fare ricerca sociale*, Bologna, il Mulino, 2007.
- 2003 "New Directions in the Sociology of Art", paper presentato a ESA2003, Paris; <http://home.earthlink.net/~hsbecker/articles/newdirections.html>.
- 2006 "The Work Itself", in H. S. Becker, R. R. Faulkner e B. Kirshenblatt-Gimblett (a cura di), *Art from Start to Finish*, cit., pp. 21-30.

Becker H. S., Faulkner R. R. e Kirshenblatt-Gimblett B. (a cura di)

- 2006 *Art from Start to Finish. Jazz, Painting, Writing, and Other Improvisations*, Chicago (Ill.), University of Chicago Press.

Becker H. S., Geer B., Hughes E. C. e Strauss A. L.

- 1961 *Boys in White*, Chicago (Ill.), University of Chicago Press.

Becker H. S. e Strauss A. L.

- 1956 *Careers, Personality, and Adult Socialization*, in «American Journal of Sociology», vol. 62 (3), pp. 253-263.

Bellini P. P.

- 2009 *La comunicazione artistica e i suoi attori. Sociologia della musica, della letteratura e dell'arte*, Milano, Mondadori.

Ben-Shir D.

- 2008 *Born to Write: Discovery and Construction of Self in the Identity Stories of Poets and Writers*, in «Qualitative Sociology Review», vol. 4 (1), pp. 21-45.

Bennet T. e Woollacott J.

- 1987 *Bond and beyond: The political career of popular hero*, New York, Methuen.

Bennett A.

- 2005 *The Author*, New York, Routledge.

Benson R.

1999 *Field theory in comparative context: A new paradigm for media studies*, in «Theory and Society», vol. 28 (3), pp. 463-98.

2000 *La logique du profit dans les médias américains*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 131/132, pp. 107-115.

Benson R. e Neveu E. (a cura di)

2005 *Bourdieu and the Journalistic Field*, Cambridge, Polity Press.

Berkeley D.

2003 “Creativity and Economic Transaction in Television Drama Production”, in A. Beck (a cura di), *Cultural Work. Understanding the cultural industries*, London e New York, Routledge, pp. 103-120.

Bettetini G.

1981 *Scritture di massa*, Milano, Rusconi.

Bielby D. D.

2008 *Gender and Creative Work in Culture Industries*, paper presentato a Journée d'études “Travail, genre et art”, Ecole Normale Supérieure, Paris.

Bielby D. D. e Harrington L. C.

2008 *Global TV. Exporting Television and Culture in the World Market*, New York e London, New York University Press.

Bielby W. T. e Bielby D. D.

1992 *Cumulative Versus Continuous Disadvantage in an Unstructured Labor Market*, in «Work and Occupations», vol. 19 (4), pp. 366-386.

1994 “All Hits Are Flukes”: *Institutionalized Decision Making and the Rhetoric of Network Prime-Time Program Development*, in «American Journal of Sociology», vol. 99 (5), pp. 1287-1313.

1996 *Women and Men in Film: Gender Inequality among Writers in a Culture Industry*, in «Gender and Society», vol. 10 (3), pp. 248-270.

1999 *Organizational mediation of project-based labor markets: talent agencies and the careers of screenwriters*, in «American Journal of Sociology», vol. 64 (1), pp. 64-85.

2002 *Hollywood dreams, harsh realities: writing for film and television*, in «Contexts», vol. 1 (4), pp. 21-27.

2003 *Controlling Prime-Time: Organizational Concentration and Network Television Programming Strategies*, in «Journal of Broadcasting & Electronic Media», vol. 47 (4), pp. 573-596.

Blair H.

2001 “You’re Only as Good as Your Last Job”: *the Labour Process and Labour Market in the British Film Industry*, in «Work, Employment & Society», vol. 15 (1), pp. 149-169.

Blair H. e Rainnie A.

2000 *Flexible Films?*, in «Media, Culture & Society», vol. 22, pp. 187-204.

Blair H., Grey S. e Randle K.

2001 *Working in film. Employment in a project based industry*, in «Personnel Review», vol. 30 (2), pp. 170-185.

Blau J. R.

1984 *Architects and Firms. A sociological Perspective on Architectural Practice*, Cambridge (Ma) e London, MIT Press.

Bodinger-deUriarte C.

1985 "Status Judgments Among Free-Lance Musicians", in J. H. Balfe e M. J. Wyszomirski (a cura di), *Art, Ideology, and Politics*, New York, Praeger, pp. 80-99.

Boime A.

1976 *Entrepreneurial Patronage in Nineteenth-Century France*, Baltimore e London, The Johns Hopkins University Press; trad. it. *Artisti e imprenditori*, Torino, Bollati Boringhieri, 1990.

Boissevain J.

1974 *Friends of Friends*, Oxford, Basil Blackwell.

Bolton R.

1995 "Tricks, friends, and lovers: Erotic encounters in the field", in D. Kulick e M. Willson (a cura di), *Taboo: Sex, identity and erotic subjectivity in anthropological fieldwork*, London e New York, Routledge, pp. 140-167.

Boni F.

2004 *Etnografia dei media*, Roma-Bari, Laterza, 2006.

Bonomo P. D.

1984 "La produzione seriale", in R. Zaccaria (a cura di), *Rai la televisione che cambia*, cit., pp. 407-412.

Boon K.

2008 *Script Culture and the American Screenplay*, Detroit, Wayne State University Press.

Bordwell R.

1989 *Making meaning: inference and rhetoric in the interpretation of cinema*, Harvard, Harvard University Press, 1991.

Bordwell D., Staiger J. e Thompson K.

1985 *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960*. London, Routledge and Kegan Paul.

Bordwell D. e Thompson K.

1994 *Film History: An Introduction*, New York, McGraw-Hill; trad. it. *Storia del cinema e dei film. Dalle origini a oggi*, Milano, Il Castoro, 2004.

Boschetti A.

2003 *La rivoluzione simbolica di Pierre Bourdieu*, Venezia, Marsilio.

2005 "Introduzione all'edizione di italiana", in P. Bourdieu, *Le regole dell'arte*, cit., pp. 11-52.

Bott E.

1957 *Family and Social Networks. Roles, Norms and External Relationships in Ordinary Urban Families*, London, Tavistock.

Bourdieu P.

1966/67 *Champ intellectuel et projet créateur*, in «Les Temps Modernes», vol. 22, pp. 865-906.

1975 *L'invention de la vie d'artiste*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 2, pp. 67-94.

1979 *La distinction. Critique sociale du Jugement*, Paris, Minuit; trad. it. *La distinzione: critica sociale del gusto*, Bologna, il Mulino, 2001.

1980 *Le capital social: notes provisoires*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 3, pp. 3-5.

1982 *Les rites comme actes d'institution*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 43, pp. 58-63.

1985 *The Social Space and the Genesis of Groups*, in «Theory and Society», vol. 14 (6), pp. 723-744.

1991 *Le champ littéraire*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 89, pp. 3-46.

1992 *Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Seuil; trad. it. *Le regole dell'arte. Genesi e struttura del campo letterario*, Milano, il Saggiatore, 2005.

1993 *The Field of Cultural Production*, New York, Columbia University Press.

1994 *L'emprise du journalisme*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 101/102, pp. 3-9.

1996 *Sur la télévision*, Paris, Seuil; trad. it. *Sulla televisione*, Milano, Feltrinelli, 1997.

Bourdieu P. e Wacquant L.

1992 *An Invitation to Reflexive Sociology*, Chicago (IL), University of Chicago Press.

Bovone L. e Mora E. (a cura di)

2003 *Saperi e mestieri dell'industria culturale*, Milano, FrancoAngeli.

Braga P.

2004 "La media serialità americana", in G. Bettetini, P. Braga, A. Fumagalli (a cura di), *Le logiche della televisione*, Milano, FrancoAngeli, pp. 257-285.

Brass D. J.

- 1985 *Men's and Women's Networks: a Study of Interaction Patterns and Influence in an Organization*, in «Academy of Management Journal», vol. 28 (2), pp. 327-343.

Brenner M.

- 1977 *Going Hollywood. An Insider's Look at Power and Pretense in the Movie Business*, New York, Delacorte Press.

Brighenti A. M.

- 2006 *Bourdieu, o del posizionamento della teoria*, in «Rassegna Italiana di Sociologia», vol. 47 (3), pp. 503-510.
2008 *Tra onore e dignità. Per una Sociologia del rispetto*, in «Quaderni del Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale», Trento, Università degli Studi di Trento.

Broadhead R. S. e Ray C.

- 1976 *Gatekeepers and the Social Control of Social Research*, in «Social Problems», vol. 23 (3), pp. 325-336.

Bruner J.

- 1987 *Life as Narrative*, in «Social Research», vol. 54, pp. 11-32.

Bryant C. D.

- 1972 "Sawdust in their shoes: The carnival as a neglected complex organization and work culture", in C. D. Bryant (a cura di), *The social dimension of work*, Englewood Cliffs (NJ), Prentice-Hall, pp. 112-139.

Buckingham D.

- 1987 *Public Secrets. EastEnders and its Audience*, London, BFI.

Buccheri V.

- 2003 *Il film. Dalla sceneggiatura alla distribuzione*, Roma, Carocci.

Bucher R. e Strauss A.

- 1961 *Professions in Process*, in «American Journal of Sociology», vol. 66 (4), pp. 325-334.

Buonanno M.

- 1998 "La fiction televisiva italiana nel 1996", in M. Buonanno (a cura di), *Eurofiction 1997. Primo rapporto sulla fiction televisiva in Europa*, Roma, Rai VQPT, pp. 95-114.
1999 *Indigeni si diventa. Locale e globale nella serialità televisiva*, Milano, Sansoni.
2003 "La crosta e il ripieno. Miniserie: il 'formato nazionale' della fiction italiana", in M. Buonanno (a cura di), *Storie e memorie. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno quattordicesimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 99-111.
2004 "Eurofiction 2003. Risultati della settima annualità di ricerca", in M. Buonanno (a cura di), *Il ritorno del già noto. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno quindicesimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 299-330.

- 2005 (a cura di), *Lontano nel tempo. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno sedicesimo*, Rai-Eri, Roma.
- 2006a "L'Italia può diventare un paese esportatore di fiction?", in M. Buonanno (a cura di), *Le radici e le foglie. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno diciassettesimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 95-119.
- 2006b *L'età della televisione. Esperienze e teorie*, Roma-Bari, Laterza.
- 2007 (a cura di), *La bella stagione. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno diciottesimo*, Roma, Rai VQPT.
- 2008 (a cura di), *La posta in gioco. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno diciannovesimo*, Roma, Rai VQPT.

Bureau M. C., Perrenoud M. e Shapiro R. (a cura di)

- 2009 *L'artiste pluriel. Démultiplier l'activité pour vivre de son art*, Villeneuve d'Ascq (FR), Presses Universitaires du Septentrion.

Bureau M. C. e Shapiro R.

- 2009 "Introduction. «Et à part ça, vous faites quoi?», in M. C. Bureau, M. Perrenoud e R. Shapiro (a cura di), *L'artiste pluriel, cit.*, pp. 17-31.

Burke S.

- 1992 *The Death & Return of the Author. Criticism and Subjectivity in Barthes, Foucault and Derrida*, Edinburgh, Edinburgh University Press.

Burston J.

- 1999 "Spectacle, synergy, and megamusicals: the global industrialisation of the live entertainment economy", in J. Curran (a cura di), *Media Organizations in Society*, London, Arnold, pp. 69-83.

Burt R. S.

- 1992 *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- 1995 *Social Capital, Structural Holes and the Entrepreneur*, in «Revue Française de Sociologie», vol. 36 (4), pp. 599-628.
- 2001 "Structural Holes versus Network Closure as Social Capital", in N. Lin, Cook K., R. S. Burt (a cura di), *Social Capital. Theory and Research*, New Brunswick, NJ, Transaction, 2006, pp. 31-56.

Buscatto M.

- 2007 *Contributions of Ethnography to Gendered Sociology: the French Jazz World*, in «Qualitative Sociology», vol. 3 (3), pp. 46-58.

Bystryn M. N.

- 1978 *Art Galleries as Gatekeepers: The Case of the Abstract Expressionists*, in «Social Research», vol. 45 (2), pp. 390-408.
- 1981 *Variation in Artistic Circles*, in «Sociological Quarterly», vol. 22 (1), pp. 120-132.

- Caccamo R.
1987 *Il filo di Arianna. Una ricerca sulle professionalità creative*, Milano, FrancoAngeli.
- Cadioli A. e Vigni G.
2004 *Storia dell'editoria italiana dall'Unità ad oggi. Un profilo introduttivo*, Bibliografica, Milano.
- Cahir L. C.
2006 "The Film Industry and the Collaborative Work of Filmmakers", in *Literature into film: theory and practical approaches*, Jefferson, North Carolina, McFarland & Company, pp. 72-96.
- Calabrese O.
1984 "I replicanti", in F. Casetti (a cura di), *L'immagine al plurale*, cit., pp. 64-69.
- Caldwell J. T.
1995 *Televisuality. Style, Crisis, and Authority in American Television*, New Brunswick (NJ), Rutgers University Press.
2008 *Production Culture. Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*, Durham e London, Duke University Press.
- Capecchi S. e Cardini D.
1998 *Un posto al sole: produzione, contenuti e pubblico della prima soap opera italiana*, in «Problemi dell'informazione», vol. 2, pp. 245-267.
- Capell K.
2005 *Ikea: how the Swedish retailer became a global cult brand*, in «Business Week»; http://www.businessweek.com/magazine/content/05_46/b3959001.htm.
- Cappuccio E.
2000 "La commercializzazione della fiction italiana", in M. Buonanno (a cura di), *Ricomposizioni. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno undicesimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 195-208.
- Cantor M. G.
1971 *The Hollywood TV producer: His work and his audience*, New York, Basic Books.
1979 *The Politics of Popular Drama*, in «Communication Research», vol. 6 (4), pp. 387-406.
1980 *Prime-time Television*, Beverly Hills (CA), Sage.
1992 *Prime-time Television: content and control*, Newbury Park(CA)-London, Sage; trad. it. *Programmi televisivi di "prima serata". Contenuti e controllo*, Torino, Eri, 1983.
- Cantor M. G. e Cantor J. M.
1986 *American Television in the International Marketplace*, in «Communication Research», vol. 16, pp. 509-520.

- Cantor M. G. e Pingree S.
 1983 *The soap opera*, Beverly Hills-London-New Delhi, Sage; trad. it. *Soap opera. Produzione, contenuti e pubblico di un genere televisivo*, Torino, Eri, 1987.
- Cardano M.
 1997 “La ricerca etnografica”, in L. Ricolfi (a cura di), *La ricerca qualitativa*, Roma, La Nuova Italia Scientifica, Roma, pp. 45-92.
 2001 *Metodologia delle Scienze Sociali. Materiali di studio*, Torino, Libreria Stampatori.
 2003 *Tecniche di ricerca qualitativa. Percorsi di ricerca nelle scienze sociali*, Roma, Carocci.
- Cardini D.
 2000 “La televisione: linguaggio e modalità produttive”, in M. Livolsi (a cura di), *Manuale di sociologia della comunicazione*, Roma-Bari, Laterza, pp. 351-396.
 2004 *La lunga serialità. Origini e modelli*, Roma, Carocci.
- Carey J. W.
 1969 *The Communications Revolution and the Professional Communicator*, in «Sociological Review Monograph», vol. 13, pp. 23-38; trad. it. “La rivoluzione della comunicazione e il professionista della comunicazione”, in P. Baldi (a cura di), *Il giornalismo come professione*, Milano, il Saggiatore, 1980, pp. 17-31.
 1988 (a cura di) *Media, myths and narrative*, London, Sage.
- Carradore M.
 2006 “Caratteristiche delle reti e dimensioni influenti”, in P. Di Nicola (a cura di), *Dalla società civile al capitale sociale. Reti associative e strategie di prossimità*, Milano, FrancoAngeli, pp. 76-99.
- Carringer R. L.
 2001 *Collaboration and Concepts of Authorship*, in «Publications of the Modern Language Association», vol. 116 (2), pp. 370-79.
- Carroll G. R.
 1984 *Dynamics of Publisher Succession in Newspaper Organizations*, in «Administrative Science Quarterly», vol. 29 (1), pp. 93-113.
- Casetti F. (a cura di)
 1984a *L'immagine al plurale. Serialità e ripetizione nel cinema e nella televisione*, Venezia, Marsilio.
 1984b *Un'altra volta ancora. Strategie di comunicazione e forme di sapere nel telefilm americano in Italia*, Torino, ERI.
- Casetti F. e Villa F. (a cura di)
 1992 *La storia comune. Funzioni, forma e generi della fiction televisiva*, Torino, Rai VQPT.

- Cassell J.
 1988 "The Relationship of Observer to Observed when Studying up", in R. G. Burgess (a cura di), *Studies in Qualitative Methodology*, Greenwich, JAI Press.
- Castellani L.
 1995 "Il piacere di teleraccontare", in *La TV dell'anno zero. Linguaggio e generi televisivi in Italia*, Roma, Edizioni Studium, pp.119-151.
- Caughie J.
 2007 "Authors and auteurs: the uses of theory", in J. Donald e M. Renoy (a cura di), *Handbook of Film Studies*, London, Sage; http://eprints.gla.ac.uk/3787/1/authors_and_auteurs.pdf
- Caves R. E.
 2000 *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Cambridge, Mass., Harvard University Press; trad. it. *L'industria della creatività. Economica delle attività artistiche e culturali*, Milano, Etas, 2001.
- Chabrol C.
 2003 *Comment faire un film*, Paris, Éditions Payot & Rivages; trad. it. *Come fare un film*, Torino, Einaudi, 2005.
- Chamboredon J. C.
 1986 *Production symbolique et formes sociales De la sociologie de l'art et de la littérature a la sociologie de la culture*, in «Revue française de sociologie», vol. 27 (3), pp. 505-529.
- Champagne P.
 1995 *La double dépendance: Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique*, in «Hermès», vol. 17/18, pp. 215-229.
 2000a *Le journalisme à l'économie. Introduction*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 131/132, pp. 3-7.
 2000b *Le médiateur entre deux Monde. Transformation du champ médiatique et gestion du capital journalistique*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 131/132, pp. 8-29.
- Champagne P. e Marchetti D.
 1994 *L'information médicale sous contrainte: A propos du "scandale" du sang contaminé*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 101/102, pp. 40-62.
- Chapoulie J. M.
 1973 *Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels*, in «Revue française de sociologie», vol. 14 (1), pp. 86-114.
- Chevalier V. e Dussart B.

- 2002 *De l'amateur au professionnel : le cas des pratiquants de l'équitation*, in «L'Année sociologique», vol. 52 (2), pp. 459-476.
- Coleman, J. S.
 1988 *Social Capital in the Creation of Human Capital*, in «American Journal of Sociology», vol. 94 (supp.), pp. 95-120.
- Colombo F.
 1998 *La cultura sottile. Media e industria culturale in Italia dall'Ottocento agli anni Novanta*, Milano, Bompiani.
- Conde I.
 2008 *Contrasting narratives: Art and culture in the public sphere*, in «CIES e-WORKING PAPER», n. 56 ; http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP56_Conde_003.pdf.
 2009 *Artists as Vulnerable Workers*, in «CIES e-WORKING PAPER», n. 71; http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP71_Conde_001.pdf
- Corbin J. M. e Strauss A. L.
 1993 *The Articulation of Work through Interaction*, in «Sociological Quarterly», vol. 34 (1), pp. 71-83.
- Corsani A. e Lazzarato M.
 2009 “Travailler dans le secteur du spectacle: les intermittents”, in M. C. Bureau, M. Perrenoud e R. Shapiro (a cura di), *L'artiste pluriel*, cit., pp. 35-49.
- Coser L. A. et al.
 1982 *Books : The culture of publishing*, New York, Basic Books.
- Costa A.
 1971 “Italian Serials: modelli cinematografici e produzione di serialità nella fiction televisiva italiana”, in A. Costa, G. Grignaffini, L. Quaresima, *Lo spettacolo degli italiani. Strategie di immagine e identità nazionale nella scena televisiva*, Torino, Rai, pp. 23-60.
- Costanzo M. e Morandi F.
 2003 *Facciamo finta che. L'industria televisione: produrre fiction seriale*, Roma, Carocci.
- Cotta Ramosino L.
 2004 “Film Tv e miniserie”, in G. Bettetini, P. Braga, A. Fumagalli (a cura di), *Le logiche della televisione*, Milano, FrancoAngeli, pp. 237-256.
 2005/06 *L'indigenizzazione del formato narrativo americano nella serialità italiana poliziesca. Il caso di distretto di polizia*, tesi di dottorato in Linguistica applicata e linguaggi della comunicazione, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano; <http://hdl.handle.net/10280/124>.
 2007 “I modelli organizzativi della serialità in Italia. Dieci anni di sperimentazione”, in M. Buonanno (a cura di), *La bella stagione*, cit., pp. 131-154.

Cottle S.

- 1998 "Participant Observation: Researching News Production", in A. Hansen, S. Cottle, R. Negrine e C. Newbold, *Mass Communication Research Methods*, pp. 35-65.

Couldry N.

- 2003 *Media meta-capital: Extending the range of Bourdieu's field theory*, in «Theory and Society», vol. 32, pp. 653-677.
2007 *Bourdieu and the Media: the promise and limits of field theory*, in «Theory and Society», vol. 36, pp. 209-213.

Crane D.

- 1972 *Invisible Colleges. Diffusion of Knowledge in Scientific Communities*, Chicago, The University of Chicago Press, 1988.
1976 *Reward systems in art, science and religion*, in «American Behavioral Scientist», vol. 19 (6), pp. 719-734.
1992 *The Production of Culture. Media and the Urban Arts*, Newbury Park (Ca), Sage; trad. it. *La produzione culturale*, Bologna, il Mulino, 1997.
1997 *Globalization, organizational size, and innovation in the French luxury fashion industry: Production of culture theory revisited*, in «Poetics», vol. 24, pp. 393-414.

Cunningham S.

- 2009 *Trojan horse or Rorschach blot? Creative industries discourse around the world*, in «International Journal of Cultural Policy», vol. 15 (4), pp. 375-386.

Curtin M.

- 1999 *Feminine desire in the age of satellite television*, in «Journal of Communication», vol. 49 (1), pp. 55-70.

Dall'Asta M.

- 1999 "Il serial", in G.P. Brunetta (a cura di), *Storia del cinema mondiale. Gli Stati Uniti*, vol. II, Torino, Einaudi, pp. 265-310.

Dancyger K. e Rush J.

- 1995 *Alternative scriptwriting: writing beyond the rules*, Burlington (Ma), Focal Press; trad. it. *Il cinema oltre le regole. Nuovi modelli di sceneggiatura*, Milano, Rizzoli, 2000.

Daney S.

- 2002 *La Maison cinema et le monde. 2. Les Années 'Libé' 1981-1985*, Paris, P.O.L.

Davidow W. H. e Malone M. S.

- 1992 *The Virtual Corporation*, New York, HarperCollins.

Davies B., Browne J., Gannon S., Honan E., Laws C., Mueller-Rockstroh B. e Petersen E.

- 2004 *The ambivalent practices of reflexivity*, in «Qualitative Inquiry», vol. 10, pp. 360-389.

De Fornari O.

1990 *Teleromanza. Storia indiscreta dello sceneggiato Tv*, Milano, Mondadori.

Dematté C. e Perretti F.

1997 *L'impresa televisiva*, Milano, Etas.

DeNora T.

1995 *Beethoven et l'invention du génie*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 110, pp. 36-45.

Denzin N.

1989 *Interpretive Interactionism*, Newbury Park (CA), Sage.

Denzin N. e Lincoln Y. (a cura di)

1994 *Handbook of qualitative research*, Newbury Park (CA), Sage.

DiMaggio P.

1977 *Market structure, the creative process and popular culture*, in «Journal of Popular Culture», vol. 11, pp. 735-752.

1979 *Review Essay: On Pierre Bourdieu*, in «American Journal of Sociology», vol. 84 (6), pp. 1460-1474.

1982 *Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston, Part I: The creation of an organizational base for high culture in America*, in «Media Culture & Society», vol. 4, pp. 33-50.

2000 *The production of scientific change: Richard Peterson and the institutional turn in cultural sociology*, in «Poetics», vol. 28, pp. 107-136.

DiMaggio P. e Hirsch P. M.

1976 *Production Organizations in the Arts*, in «American Behavioral Scientist», vol. 19 (6), pp. 735-752.

DiMaggio P. e Mohr J.

1985 *Cultural Capital, Educational Attainment, and Marital Selection*, in «American Journal of Sociology», vol. 90 (6), pp. 1231-1261.

DiMaggio P. e Powell W. W.

1983 *The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields*, in «American Sociological Review», vol. 48 (2), pp. 147-160.

1991 *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Chicago, Chicago University Press.

DiMaggio P. e Stenberg K.

1985 "Conformity and Diversity in American Resident Theaters", in J. H. Balfe e M. J. Wyszomirski (a cura di), *Art, Ideology, and Politics*, New York, Praeger, pp. 116-139.

Di Mario S.

- 2005 "L'esplosione dell'industria televisiva", in M. Morcellini (a cura di), *Il Mediaevo italiano. Industria culturale, TV e tecnologie tra XX e XXI secolo*, Roma, Carocci, pp. 287-304.

Di Nicola P.

- 1998 *La rete: metafora dell'appartenenza. Analisi strutturale e paradigma di rete*, Milano, FrancoAngeli.
- 2006 "Dentro la complessità delle relazioni sociali: le dimensioni del capitale sociale, in P. Di Nicola (a cura di), *Dalla società civile al capitale sociale. Reti associative e strategie di prossimità*, Milano, FrancoAngeli, pp. 19-43.

Dobranski S. B.

- 1999 *Milton, Authorship, and the Book Trade*, Cambridge, Cambridge University Press.

Dornfeld B.

- 1998 *Producing Public Television, Producing Public Culture*, Princeton (NJ), Princeton University Press.

Douglas M.

- 1982 "Cultural Bias", in *In the Active Voice*, London, Routledge & Kegan Paul, pp. 183-254.

Douglas P.

- 2005 *Writing the TV Drama Series*, Studio City, CA, Michael Wiese Productions; trad. it.: *Scrivere le grandi serie TV*, Roma, Dino Audino, 2006.

Dragosei L., Fantacone S. e Pezzoli A.

- 1994 "I consumi, il valore aggiunto e l'occupazione del settore culturale", in C. Bodo (a cura di), *Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1980-1990*, Roma, Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per l'informazione e l'editoria, pp. 10-51.

Dubar C.

- 1998a *Sociologia dei gruppi professionali e analisi biografica: categorie e forme identitarie*, in «Sociologia del lavoro», vol. 70/71, pp. 67-80.
- 1998b *La socialisation, construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, Colin.

Duval J.

- 2006 *L'art du réalisme. Le champ du cinéma français au début des années 2000*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 161/162, pp. 96-115.

Eco U.

- 1962 *Opera aperta*, Milano, Bompiani, 2000.

1985 "L'innovazione nel seriale", in *Sugli specchi e altri saggi*, Milano, Bompiani, pp. 125-146.

Eisenstein E.

1979 *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early-Modern Europe*, Cambridge, Cambridge University Press.

Ellis J.

1975 *Made in Ealing*, in «Screen», vol. 16 (1), pp. 78-127.

Elliott P.

1970 "Selezione e comunicazione in una produzione televisiva", in P. Baldi (a cura di), *Il giornalismo come professione*, cit., pp. 137-158.

1972 *The Making of a Television Series: A Case Study in the Sociology of Culture*, London, Constable.

Emerson R. M., Fretz R. I. e Shaw L. L.

1988 *Contemporary field research: A collection of readings*. Prospect Heights (Ill), Waveland Press.

1995 *Writing Ethnographic Fieldnotes*, Chicago (Ill), The University of Chicago Press.

Emerson R. M. e Pollner M.

1976 *Dirty Work Designations: Their Features and Consequences in a Psychiatric Setting*, in «Social Problems», vol. 23 (3), pp. 243-254.

Ephron N.

1969 *Where Bookmen Meet to Eat*, in «New York Times», 22 giugno, pp. 8-12.

Epstein S. R.

1998 *Guilds, Apprenticeship, and Technological Change*, in «Journal of Economic History», vol. 58 (3), pp. 684-713.

Escarpit R.

1960 "The Act of Publication: Publication and Creation", in M. C. Albrecht, J. H. Barnett e M. Griff (a cura di), *The Sociology of Art and Literature*, cit., pp. 396-406.

Ettema J. S.

1982 "The Organizational Context of Creativity: A Case Study from Public Television", in J. S. Ettema e D. C. Whitney (a cura di), *Individuals in Mass Organizations*, cit., pp. 91-106.

Ettema J. S. e Whitney D. C. (a cura di)

1982 *Individuals in Mass Organizations: Creativity and Constraint*, Beverly Hills (CA), Sage.

Etzioni A. (a cura di)

- 1969 *The Semi-Professions and Their Organization: Teachers, Nurses, Social Workers*, New York, Free Press.
- Eve M.
2002 *Is friendship a sociological topic*, in «European Journal of Sociology», vol. 43 (3), pp. 386-409.
- Fabbri B.
2003 “Una tradizione di successo: lo sceneggiato televisivo”, in M. Buonanno (a cura di), *Storie e memorie. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno quattordicesimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 157-171.
- Farrell M. P.
2001 *Collaborative Circles. Friendship Dynamics & Creative Work*, Chicago and London, The University of Chicago Press.
- Faulkner R. R.
1973 *Career Concerns and Mobility Motivations of Orchestra Musicians*, in «Sociological Quarterly», vol. 14 (3), pp. 334-349.
1976 *Dilemmas in Commercial Work. Hollywood Film Composers and Their Clients*, in «Urban Life», vol. 5 (1), pp. 3-32.
1983 *Music on demand: composers and careers in the Hollywood film industry*, New Brunswick (NJ), Transaction.
- Faulkner R. R. e Anderson A. B.
1987 *Short-Term Projects and Emergent Careers: Evidence from Hollywood*, in «American Journal of Sociology», vol. 92 (4), pp. 879-909.
- Federico R. C.
1974 “Recruitment, Training, and Performance: The Case of Ballet”, in P. L. Stewart e M. G. Cantor (a cura di), *Varieties of Work Experience*, cit., pp. 249-261.
- Fellini F.
1980 *Fare un film*, Torino, Einaudi, 2006.
- Feuer J.
1976 “The MTM Style”, in H. Newcomb (a cura di), *Television The Critical View*, New York, Oxford University Press, 1987, pp. 52-84.
1984 “MTM Entrerprises: an overview”, in J. Feuer, P. Kerr e T. Vahimagi (a cura di), *MTM “Quality Television”*, London, BFI, pp. 1-31.
- Field S.
1979 *Screenplay: The Foundations of Screenwriting*, New York, Dell Pub., 1984; trad. it *La sceneggiatura*, Milano, Lupetti, 1991.
- Fine G. A.
1992 *The culture of Production: Aesthetic Choices and Constraints in Culinary Work*, in «American Journal of Sociology», vol. 97 (5), pp. 1268-1294.

- 2004 *Everyday Genius. Self-Taught Art and the Culture of Authenticity*, Chicago and London, The University of Chicago Press.
- Fine G. A. e Kleinman S.
 1979 *Rethinking Subculture: An Interactionist Analysis*, in «American Journal of Sociology», vol. 85 (1), pp. 1-20.
- Fine R.
 1993 *West of Eden: Writers in Hollywood, 1928-1940*, Washington, Smithsonian Institution Press.
- Fine M.
 1994 “Working the hyphens: Reinventing self and other in qualitative research”, in N. Denzin e Y. Lincoln (a cura di), *Handbook of qualitative research*, cit., pp. 70-82.
- Fishman P. M.
 1978 *Interaction: The Work Women Do*, in «Social Problems», vol. 25 (4), pp. 397-406.
- Fischer C.
 1982 *To Dwell among Friends: Personal Networks in Town and City*, Chicago, University of Chicago Press.
- Fiske J. e Hartley J.
 1978 *Reading Television*, London, Methuen.
 1987 *Television Culture*, London e New York, Methuen.
- Forgacs D.
 1990 *Italian Culture in the Industrial Era 1880-1980. Cultural Industries, Politics and the Public*, Manchester and New York, Manchester University Press; trad. it. *L'industrializzazione della cultura italiana (1880-1990)*, Bologna, il Mulino, 1992.
 2000 *Industrie culturali, politica e pubblico in Italia 1963-1954*, in «πόλις», vol. 14 (2), pp. 213-234.
- Foucault M.
 1969 “*Que est-ce que un auteur?*”, in *Dits et écrits. 1954-1988*, Paris, Gallimard, 1994, pp. 789-821; trad. it. “Che cos'è un autore?”, in *Scritti letterari*, Milano, Feltrinelli, 1971, pp. 1-21.
- Frankel B.
 1991 *The bartered self: Negotiating a role in a field situation*, in «International Journal of Moral and Social Studies», vol. 6, pp. 246-256.
- Freidson E.
 1973 “Professions and the occupational principle”, in E. Freidson (a cura di), *The Professions and Their Prospects*, Beverly Hills (CA), Sage, pp. 19-38.
 1976 *The Division of Labor as Social Interaction*, in «Social Problems», vol. 23 (3), pp. 304-313.

- 1986 *Les professions artistiques comme défi à l'analyse sociologique*, in «Revue française de sociologie», vol. 27 (3), pp. 431-443.
- Frey B. S. e Pommerehne W. W.
 1989 *Muses and Markets: Explorations in the Economics of the Arts*, Oxford, Basil Blackwell; trad. it. *Muse e mercati. Indagine sull'economia dell'arte*, Bologna, il Mulino, 1991.
- Gadotti G.
 2003 “I professionisti del web advertising”, in L. Bovone e E. Mora (a cura di), *Saperi e mestieri dell'industria culturale*, cit., pp. 112-144.
- Gagliardi P.
 2005 “Culture del lavoro e identità sociali nelle organizzazioni”, in P. Catellani (a cura di), *Identità e appartenenza nella società globale*, Milano, Vita e Pensiero, pp. 109-128.
- Gans H. J.
 1979 *Deciding What's News: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*, London, Constable, 1980.
- Gargani A. G.
 1985 *Lo stupore e il caso*, Roma-Bari, Laterza.
- Gaudreault A.
 2004 *Cinema delle origini, o della cinematografia-attrazione*, Milano, il Castoro, 2004.
- Gaut B.
 2001 “Film Authorship and Collaboration”, in R. Allen e M. Smith (a cura di), *Film Theory and Philosophy*, Oxford, Clarendon Press, pp. 149-172.
- Garnham N.
 2005 *From cultural to creative industries*, in «International Journal of Cultural Policy», vol. 11 (1), pp. 15-29.
- Geertz C.
 1988 *Works and Lives. The Anthropologist as Author*, Stanford, CA, Stanford University Press.
- Gelato C. (a cura di)
 2006 *Sequenze romane. L'industria audiovisiva della Capitale nel paesaggio italiano ed europeo*; http://www.comune.roma.it/was/repository/ContentManagement/information/P1038900044/SR_Indice_e_Intro.pdf
- Giannini M. e Minardi E.
 1998 “Per una sociologia dei gruppi professionali”, in M. Minardi e E. Giannini (a cura di), *I gruppi professionali*, Milano, FrancoAngeli, pp. 9-24.

Gilmore S.

- 1993 *Tradition and Novelty in Concert Programming: Bringing the Artist Back into Cultural Analysis*, in «Sociological Forum», vol. 8 (2), pp. 221-242.

Giglioli P. P.

- 2002 *Intervista con Howard Becker*, in «Rassegna italiana di sociologia», vol. 43 (4), pp. 619-630.

Gitlin T.

- 1979 *Prime Time Ideology: The Hegemonic Process in Television Entertainment*, in «Social Problems», vol. 26 (3), pp. 251-266; integrato per H. Newcomb (a cura di), *Television. The Critical View*, Oxford University Press, New York, 1994.
- 1983 *Inside Prime-time*, New York, Pantheon.

Giuffrè K.

- 1998 *Un-Circled Wagons: Art World Fragmentation and NEA Reauthorization*, in «Journal of the Sociology of Art», vol. 2 (1); <http://www.susqu.edu/facstaff/m/rmoore/socart.htm>.

Glaser B.G. e Strauss A.L.

- 1967 *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Chicago (Ill), Aldine de Gruyter.

Gobo G.

- 1994 «Vocazione e creatività», in A. Melucci, *Creatività: miti, discorsi, processi*, Milano, Feltrinelli, pp. 167-176.
- 2001 *Descrivere il mondo. Teoria e pratica del metodo etnografico in sociologia*, Roma, Carocci.

Godard J. L.

- 1965 *Parlons de Pierrot*, in A. Bergala (a cura di) *Jean-Luc Godard par Jean-Luc Godard*, Paris, Cahiers du Cinéma, vol. 1, 1950-1083.

Goffman E.

- 1952 *On cooling the mark out: some aspects of adaptation to failure*, in «Psychiatry», vol. 15, pp. 451-463.
- 1956 *Embarrassment and Social Organization*, in «American Journal of Sociology», vol. 62 (3), pp. 264-271.
- 1959 *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City (NY), Doubleday; trad. it. (1969) *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna, il Mulino, 2007.
- 1963 *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*, Upper Saddle River (NJ), Prentice-Hall, trad. it. *Stigma*, Verona, Ombrecorte, 2003.
- 1989 *On Fieldwork*, in «Journal of Contemporary Ethnography», vol. 18 (2), pp. 124-132; trad. it. *Sul «fieldwork»*, in «Studi Culturali», anno III (1), 2006, pp. 103-115.

Golding P. e Elliott P.

- 1979 *Making the news*, London e New York, Longman.

Goode W.

- 1957 *Community Within a Community: The Professions*, in «American Sociological Review», vol. 22 (2), pp. 194-200.

Goodman R. A. e Goodman L. P.

- 1976 *Some Management Issues in Temporary Systems: A Study of Professional Development and Manpower-The Theater Case*, in «Administrative Science Quarterly», vol. 21 (3), pp. 494-501.

Gourdin-Sangouard I.

- 2010 *Creating Authorship? Lindsay Anderson and David Sherwin's collaboration on 'If...' (1968)*, in «Journal of Screenwriting», vol. 1 (1), pp. 131-148.

Grabner G.

- 2002 *Cool Projects, Boring Institutions: Temporary Collaboration in Social Context*, in «Regional Studies», vol. 36 (3), pp. 205-214.

Granovetter M. S.

- 1973 *The Strength of Weak Ties*, in «American Journal of Sociology», vol. 78 (6), pp. 1360-1380.
1974 *Getting a job: a study of contacts and careers*, Chicago, The University of Chicago Press, 1995.

Grasso A.

- 2000 *Storia della televisione italiana*, Milano, Garzanti.
2007 *Buona maestra. Perché i telefilm sono diventati più importanti del cinema e dei libri*, Milano, Mondadori.

Grasso A. e Scaglioni M. (a cura di)

- 2003 *Che cos'è la televisione. Il piccolo schermo fra cultura e società: i generi, l'industria, il pubblico*, Milano, Garzanti.

Gray J.

- 2008 *Television Entertainment*, New York-London, Routledge.

Greenfield S. e Osborn G.

- 1994 *Sympathy for the devil? Contractual constraint and artistic autonomy in the entertainment industry*, in «Media Law and Practice», vol. 15, pp. 117-127.

Greenwood E.

- 1957 *Attributes of a Profession*, in «Social Work», vol. 2, pp. 44-55.

Griff M.

- 1960 "The Commercial Artist: A Study in Changing and Consistent Identities", in M. R. Stein, A. J. Vidich e D. M. White (a cura di), *Identity and Anxiety. Survival of the person in mass society*, New York, The Free Press of Glencoe, pp. 219-241.
1968 "The Recruitment and Socialization of Artists", in M. C. Albrecht, J. H. Barnett e M. Griff (a cura di), *The Sociology of Art and Literature, cit.*, pp. 145-158.

Grignaffini G.

2004 *I generi televisivi*, Roma, Carocci.

Grindstaff L.

2002 *The Money Shot: Trash, Class, and the Making of TV Talk Shows*, Chicago e London, The University of Chicago Press.

Griswold W.

1987a *A Methodological Approach for the Sociology of Culture*, in «Sociological Methodology», vol. 17, pp. 1-35.

1987b *The Fabrication of Meaning: Literary Interpretation in the United States, Great Britain, and West Indies*, in «American Journal of Sociology», vol. 92 (5), pp. 1077-1117.

1993 *Recent Moves in the Sociology of Literature*, in «Annual Review of Sociology», vol. 19, pp. 455-467.

1994 *Cultures and Societies in a Changing World*, Thousand Oaks (CA), Pine Forge Press; trad. it. *Sociologia della cultura*, Bologna, il Mulino, 1997.

Grodal T., Larsen B. e Laursen I. T.

2005 *Visual Authorship: Creativity and Intentionality in Media*, Copenhagen, Museum Tusculanum Press.

Gross L.

2006 "The fragment Itself", in H. S. Becker, R. R. Faulkner e B. Kirshenblatt-Gimblett (a cura di), *Art from Start to Finish*, cit., pp. 135-157.

Hackstaff K. B.

2009 "Turning Points" For Aging Genealogists: Claiming Identities and Histories in Time, in «Qualitative Sociology Review», vol. 5 (1), pp 130-141.

Hagedorn R.

1995 "Doubtless to be Continued: A Brief History of Serial Narrative", in R. C. Allen (a cura di), *To be Continued... Soap Operas around the World*, London-New York, Routledge, pp. 27-48.

Hall O.

1948 *The Stages of a Medical Career*, in «American Journal of Sociology», vol. 53 (5), pp. 327-336.

Hall S.

1980 "Encoding/Decoding", in S. Hall, D. Hobson, A. Lowe e P. Willis (a cura di), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, London, Hutchinson, pp. 128-139.

Harvey E.

1967 *Social Change and the Jazz Musician*, in «Social Forces», vol. 46 (1), pp. 34-42.

Harvey D.

1989 *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Blackwell.

Hearn H. L., Manning P. K. e Habenstein R. W.

1968 *Identity and Institutional Imperatives: The Socialization of the Student Actress*, in «Sociological Quarterly», vol. 9 (1), pp. 47-63.

Heinich N.

1984 *Les traducteurs littéraires: l'art et la profession*, in «Revue française de sociologie», vol. 25 (2), pp. 264-280.

Heise T. e Tudor A.

2007 *Constructing (Film) Art: Bourdieu's Field Model in a Comparative Context*, in «Cultural Sociology», vol. 1 (2), pp. 165-87.

Hemmungs Wirtén E.

1998 *Global Infatuation. Explorations in Transnational Publishing and Texts. The Case of Harlequin Enterprises and Sweden*, Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy in literature presented at Uppsala University.

Henning E. B.

1960 "Patronage and Style in the Arts: A suggestion Concerning Their Relations", in M. C. Albrecht, J. H. Barnett e M. Griff (a cura di), *The Sociology of Art and Literature, cit.*, pp. 353-362.

Hennion A.

1981 *Les professionnels du disque. Une sociologie des variétés*, Paris, A. M. Métailié.

Hertz R.

1995 *Separate but simultaneous interviewing of husbands and wives: Making sense of their stories*, in «Qualitative Inquiry», vol. 1 (4), pp. 429-451.

1997 *Reflexivity and voice*, Newbury Park (CA), Sage.

Hesmondhalgh, David

2006 *Bourdieu, the media and cultural production*, in «Media, Culture & Society», vol. 28 (2), pp. 211-31.

2007 *The Cultural Industries*, Los Angeles-London, Sage.

Hesmondhalgh D. e Pratt A. C.

2005 *Cultural industries and cultural policy*, in «International Journal of Cultural Policy», vol. 11 (1), pp. 1-13.

Hirsch P. M.

1970 *The structure of the popular music industry*, Ann Arbor, University of Michigan, Institute for Social Research.

1972 *Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems*, in «American Journal of Sociology», vol. 77 (4), pp. 639-659.

- 1977 *Social Science Approaches to Popular Culture: A Review and Critique*, in «Journal of Popular Culture», vol. 11 (2), pp. 401-413.
- 2000 *Cultural Industries Revisited*, in «Organization Science», vol. 11 (3), pp. 356-361.
- Hirsch P. M. e Fiss P. C.
- 2000 *Doing sociology and culture: Richard Peterson's quest and contribution*, in «Poetics», vol. 28, pp. 97-105.
- Hobson D.
- 1982 *Crossroads. The Drama of Soap Opera*, London, Methuen.
- Holland P.
- 1997 *The Television Handbook*, London-New York, Routledge.
- Horkheimer M. e Adorno T. W.
- 1947 *Gesammelte Schriften Dialektik der Aufklärung und Schriften*, Frankfurt, Fischer Verlag GmbH, 1987; trad. it. *La dialettica dell'illuminismo*, Amsterdam, Einaudi, 1966.
- Huet A.
- 2005 *Le scénario*, Paris, Cahiers du cinéma; trad. it. *La sceneggiatura: teorie, regole, modelli*, Torino, Lindau, 2007.
- Hughes E. C.
- 1937 *Institutional Office and the Person*, in «American Journal of Sociology», vol. 43 (3), pp. 404-413.
- 1952 *The Sociological Study of Work: An Editorial Foreword*, in «American Journal of Sociology», vol. 57 (5), pp. 423-426.
- 1958 *Men and their Work*, Glencoe, Free Press of Glencoe.
- 1971 *The Sociological Eye*, Chicago, Aldine.
- 1997 *Careers*, in «Qualitative Sociology», vol. 20 (3), pp. 389-397.
- Innocenti V. e Pescatore G.
- 2008 *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi*, Bologna, Archetipolibri.
- Jarvie I. C.
- 1970 *Towards a Sociology of the Cinema. A Comparative Essay on the Structure and Functioning of a Major Entertainment Industry*, London, UK, Routledge & Kegan Paul; trad. it. *Una sociologia del cinema*, Milano, FrancoAngeli, 1977.
- Jensen J.
- 1984 "An Interpretative Approach to Cultural Production", in Rowland W. e Watkins B. (a cura di), *Interpreting Television*, London, Sage, pp. 98-118.
- Jones C.
- 1996 "Careers in Project Networks: The Case of Film Industry", in M. B. Arthur, D. M. Rousseau (a cura di), *The Boundaryless Career, cit.*, pp. 58-75.

Jouvenet M.

2006 "Comment «être dans les bacs». Professionalisation et authenticité dans le monde de la musique rap", in G. Mauger (a cura di), *L'accès à la vie d'artiste. Sélection et consécration artistiques*, Broissieux, Éditions du Croquant pp. 199-236.

2007 *La carrière des artistes et les transformations de la production musicale. Relations de travail et relation au travail dans le monde des musiques rap et électroniques*, in «Sociologie du travail», vol. 49, pp. 145-161.

Junker B. H.

1960 *Field Work. An Introduction to the Social Sciences*, Chicago (Ill), The University of Chicago Press.

Kadushin C.

1966 *The Friends and Supporters of Psychotherapy: On Social Circles in Urban Life*, in «American Sociological Review», vol. 31 (6), pp. 786-802.

1968 *Power, Influence and Social Circles: A New Methodology for Studying Opinion Makers*, in «American Sociological Review», vol. 33 (5), pp. 685-699.

1974 *The American Intellectual Elite*, New Brunswick, New Jersey, Transaction.

1976 *Networks and circles in the production of culture*, in «American Behavioral Scientists», vol. 19, pp. 769-784.

1995 *Friendship among the French financial elite*, in «American Sociological Review», vol. 60, pp. 202-221.

Kadushin C. e Livert D.

2002 "Friendship, Contact and Peace Education"; <http://home.earthlink.net/~ckadushin/Texts/Friendship.pdf>.

Kael P.

1963 *Circles and Squares*, in «Film Quarterly», vol. 16 (3), pp. 12-26.

Katz F. E.

1958 *Occupational Contact Networks*, in «Social Forces», vol. 37 (1), pp. 52-55.

Katz S.

2006 "Quand savoir faire c'est savoir être", in in G. Mauger (a cura di), *L'accès à la vie d'artiste. Sélection et consécration artistiques*, Broissieux, Éditions du Croquant, pp.49-70.

Kealy E. R.

1974 "From craft to art: the case of sound mixers and popular music", in S. Frith e A. Goodwin (a cura di), *On Record*, New York, Pantheon, 1990, pp. 207-220.

Kohn N.

2000 *The Screenplay as Postmodern Literary Exemplar: Authorial Distraction, Dissaperance, Dissolution*, in «Qualitative Inquiry», vol. 6 (4), pp. 489-510.

Koukoutsaki A.

2003 *Greek television drama: production policies and genre diversification*, in «Media, Culture & Society», vol. 25, pp. 715-735.

Kris E. e Kurz O.

1934 *Die Legende vom Künstler: Ein historischer Versuch*, Wien, Krystall Verlag; trad. it. *La leggenda dell'artista*, Torino, Bollati Boringhieri, 1989.

Kubey R.

2004 *Creating Television. Conversations with the People Behind 50 Years of American TV*, Manhwah (NJ), Lawrence Erlbaum Associates.

Kulick D.

1995 "The sexual life of anthropologists: Erotic subjectivity and ethnographic work", in D. Kulick e M. Wilson (a cura di), *Taboo: Sex, identity and erotic subjectivity in anthropological fieldwork*, New York, Routledge, pp. 1-28.

Kunz W. M.

2007 *Culture conglomerates: consolidation in the motion picture and television industries*, Lanham (Maryland), Rowman & Littlefield.

Lachmann R.

1988 *Graffiti as Career and Ideology*, in «American Journal of Sociology», vol. 94 (2), pp. 229-250.

Lahire B.

2006 *La condition littéraire. La double vie des écrivains*, Paris, Éditions La Découverte.

Lamberti A.

1983 *Dossier telefilm. Il rapporto Fichera, ovvero il segreto di Pulcinella*, in «gulliver», vol. 4-5.

Lapsley R. e Westlake M.

1988 *Film theory: an introduction*, Manchester, Manchester University Press.

Lave J. e Wenger E.

1991 *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*, Cambridge, Cambridge University Press, 1991.

Lenoir R.

1994 *La Parole est aux Juges: Crise de la magistrature et champ journalistique*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 101/102, pp. 77-84.

Levine E. M.

1972 *Chicago's art world*, in «Urban Life and Culture», vol. 1, pp. 293-322.

Levy E.

1989 *The Democratic Elite: America's Movie Stars*, in «Qualitative Sociology», vol. 12 (1), pp. 29-54.

1990 *And the winner is... The history and points of the Oscar award*, New York, Continuum.

Lincoln A. E.

2007 *Cultural Honours and Career Promotions: Re-conceptualizing Prizes in the Field of Cultural Production*, in «Cultural Trends», vol. 16 (1), pp. 3-15.

Lincoln A. E. e Allen M. P.

2004 *Double Jeopardy in Hollywood: Age and Gender in the Careers of Film Actors, 1926-1999*, in «Sociological Forum», vol. 19 (4), pp. 611-631.

Lipset S. M., Coleman S. e Trow M.

1956 *Union Democracy*, New York, Free Press.

Lopes P. D.

1992 *Innovation and Diversity in the Popular Music Industry*, in «American Sociological Review», vol. 57, pp. 56-71.

Lotz A.

2004 *Textual (im)possibilities in the U.S. post-network era: negotiating production and promotion processes on Lifetime's Any Day Now*, in «Critical Studies in Mass Communication», vol. 21 (1), pp. 22-43.

Love H.

2002 *Attributing Authorship: An introduction*, Cambridge, Cambridge University Press.

Lucherini F.

2003 "Ascesa e caduta di un genere. Lo strano caso della serie all'italiana", in M. Buonanno (a cura di), *Storie e memorie. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno quattordicesimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 121-155.

2006 "Quale industria della fiction? Analisi della stagione 2004-2005", in M. Buonanno (a cura di), *Le radici e le foglie. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno diciassettesimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 21-49.

2008 "Convergenze e diversificazioni. Analisi della stagione 2006-2007", in M. Buonanno (a cura di), *La posta in gioco, cit.*, pp. 17-50.

Lucherini F. e Buonanno M.

2006 "La fiction nell'ambiente televisivo multicanale: il caso delle reti Fox", in M. Buonanno (a cura di), *Le radici e le foglie. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno diciassettesimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 121-139.

- Macaire É.
 2009 “Des architectes dans le champ socioculturel”, in M. C. Bureau, M. Perrenoud e R. Shapiro (a cura di), *L'artiste pluriel, cit.*, pp. 161-174.
- Macdonald K. M.
 1995 *The Sociology of the Professions*, London, Sage.
- Macdonald I. W.
 2010 ‘...So It's not surprising I'm neurotic' *The Screenwriter and the Screen Idea Work Group*, in «Journal of Screenwriting», vol. 1 (1), pp. 45-58.
- Macherey P.
 1966 *Pour une théorie de la production littéraire*, Paris, Maspero.
- Manning P. K. e Hearn H. L.
 1969 *Student Actresses and Their Artistry: Vicissitudes of Learning a Creative Trade*, in «Social Forces», vol. 48 (2), pp. 202-213.
- Manning S. e Sydow J.
 2007 *Transforming Creative Potential in Project Networks: How TV Movies Are Produced under Network-Based Control*, in «Critical Sociology», vol. 33, pp. 19-42.
- Manovich L.
 2001 *The Language of New Media*, Cambridge (Mass), The MIT Press.
- Manzi L.
 2006/07 *L'autore di fiction televisiva in Italia. Una ricerca etnografica*, tesi di dottorato in Linguistica applicata e linguaggi della comunicazione, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano; <http://tesionline.unicatt.it/handle/10280/256>.
- Markowitz F.
 1999 “Sexing the Anthropologist: Implications for Ethnography”, in F. Markowitz e M. Ashkenazi (a cura di), *Sex, Sexuality, and the Anthropologist*, Urbana e Chicago (Ill.), University of Illinois Press, pp. 161-174.
- Marie M.
 1997 *The French new wave: an artistic school*, Oxford, Blackwell, 2003.
- Mariette A.
 2006 “La reception par la critique d'un premier long métrage: la consecration unanime de Ressources humaines?”, in G. Mauger (a cura di), *L'accès à la vie d'artiste. Sélection et consécration artistiques*, Broissieux, Éditions du Croquant, pp. 113-147.
- Marlière P.

- 1998 *The Rules of the Journalistic Field. Pierre Bourdieu's Contribution to the Sociology of the Media*, in «European Journal of Communication», vol. 13 (2), pp. 219-234.
- Mars G.
1982 *Cheats at work*, London, Allen and Unwin.
- Masten J.
1997 *Textual Intercourse: Collaboration, Authorship, and Sexualities in Renaissance Drama*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Mattino L.
1994 “Artisti e creatività”, in A. Melucci, *Creatività: miti, discorsi, processi*, Milano, Feltrinelli, pp. 33-55.
- Mattucci L.
1983 *Galleggiando sul palinsesto*, in «Prima Comunicazione», marzo, p. 74.
- Mauger G.
2006 “Le capital spécifique”, in G. Mauger (a cura di), *L'accès à la vie d'artiste. Sélection et consécration artistiques*, Broissieux, Éditions du Croquant, pp. 237-253.
- Mayerle J.
1991 *Roseanne - How Did You Get In My House? A Case Study of a Hit Blue-Collar Comedy*, in «Journal of Popular Culture», vol. 24 (4) pp. 72-85.
- Mazzei L.
2006 “Prima e dopo l'immagine: percorsi fra testo letterario e film nel cinema degli anni '30”, in M. Comand (a cura di), *Sulla carta. Storia e storie della sceneggiatura in Italia*, Torino, Lindau, pp. 71-108.
- McRobbie A.
1993 *Feminism, postmodernism and the real me*, in «Theory, Culture, Society», vol. 10, pp. 127-142.
- Melodia S.
2004 “La lunga serialità”, in G. Bettetini, P. Braga, A. Fumagalli (a cura di), *Le logiche della televisione*, Milano, FrancoAngeli, pp. 286-302.
- Melucci A.
1994 “L'esperienza della creatività”, in A. Melucci, *Creatività: miti, discorsi, processi*, Milano, Feltrinelli, pp. 224-249.
- Melucci A. e Neresini F.
1994 “Creatività e contesti: relazioni e istituzioni”, in A. Melucci, *Creatività: miti, discorsi, processi*, Milano, Feltrinelli, pp. 191-205.

Menduni E. e Catolfi A.

2009 *Produrre TV. Dallo studio televisivo a Internet*, Roma-Bari, Laterza.

Menger P. M.

1989 *Rationalité et incertitude de la vie d'artiste*, in «Année sociologique», vol. 39, pp. 111-151.

1999 *Artistic Labor Markets and Careers*, in «Annual Review of Sociology», vol. 25, pp. 541-574.

2003 *Portrait de l'artiste en travailleur – metamorphoses du capitalisme*, Paris, Seuil.

2005 *Les intermittents du spectacle. Sociologie d'une exception*, Paris, Éditions de l'EHESS.

2006 “Profiles of the Unfinished: Rodin's Work and the Varieties of Incompleteness”, in H. S. Becker, R. R. Faulkner e B. Kirshenblatt-Gimblett (a cura di), *Art from Start to Finish, cit.*, pp. 31-68.

Merriam A. P. e Mack R. W.

1960 *The Jazz Community*, in «Social Forces», vol. 38 (3), pp. 211-222.

Miège B.

1979 *The cultural commodity*, in «Media, Culture & Society», vol. 1, pp. 297-311.

1987 *The logics at work in the new cultural industries*, in «Media, Culture & Society», vol. 9, pp. 273-289.

Millard K.

2010 *After the typewriter: the screenplay in a digital era*, in «Journal of Screenwriting», vol. 1 (1), pp. 11-25.

Miller S. M.

1952 *The Participant Observer and “Over-Rapport”*, in «American Sociological Review», vol. 17 (1), pp. 97-99.

Molotoch H.

2004 “How art works: form and function in the stuff of life”, in R. Friedland e J. Mohr (a cura di), *Matters of Culture. Cultural Sociology in practice*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 341-377.

Monaco J.

1979 *American Film Now*, New York, New American Library.

Moore R.

2007 *Friends Don't Let Friends Listen to Corporate Rock: Punk as a Field of Cultural Production*, in «Journal of Contemporary Ethnography», vol. 36 (4), pp. 438-474.

Moore W. E

1970 *The Professions and Social Structure*, in «Social Forces», vol. 17, pp. 457-467.

Mora E.

- 2000 *Piccoli imprenditori, nuovi intermediari culturali nella metropoli*, in «πόλις», vol. 14 (2), pp. 235-254.
- Moran A.
 1985 *Images & Industry: Television Drama Production in Australia*, Sidney, Currency Press.
 1998 *Copycat TV. Globalisation. Program Formats and Cultural Identity*, Luton, University of Luton Press.
- Morcellini M. e De Nardis P. (a cura di)
 1998 *Società e industria culturale in Italia*, Roma, Meltemi.
- Morin E.
 1962 *L'esprit du temps*, Paris, Bernard Grasset.
 1972 *Les stars*, Paris, Édition du Seuil; trad. it. *Le star*, Milano, Edizioni Olivares, 1995.
- Moulin R.
 1967 *Le marché de la peinture en France*, Paris, Les Éditions de Minuit.
 1983 *De l'artisan au professionnel: l'artiste*, in «Sociologie du travail», vol. 4, pp. 388-403.
 1986 *Le marche et le musee. La constitution des valeurs artistiques contemporaines*, in «Revue française de sociologie», vol. 27 (3), pp. 369-395.
 1992 *L'Artiste, l'Institution, le Marché*, Paris, Flammarion.
- Moulin R., Dubost F., Gras A., Lautman J., Martinon J. P. e Schnapper D.
 1973 *Les Architectes. Métamorphose d'une profession libérale*, Paris, Calmann-Lévy.
- Mukerji C. e Schudson M.
 1986 *Popular Culture*, in «Annual Review of Sociology», vol. 12, pp. 44-61.
- Murdock G.
 1980 "Authorship and Organisation", in M. Alvarado, E. Buscombe e R. Collins (a cura di), *The Screen Education Reader. Cinema, Television, Culture*, New York, Columbia University Press, 1993, pp. 123-143.
- Nash D.
 1955 *Challenge and Response in the American Composer's Career*, in «Journal of Aesthetics and Art Criticism», vol. 14 (1), pp. 116-122.
 1957 *The Socialization of an Artist: The American Composer*, in «Social Forces», vol. 35 (4), pp. 307-313.
- Natale A. L.
 2005 "Per voce e suoni. La fiction radiofonica", in M. Buonanno (a cura di), *Lontano nel tempo. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno sedicesimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 213-225.
- Negus K.
 1999 *Music Genres and Corporate Cultures*, London, Routledge.

- Nelson R.
2007 *State of play. Contemporary 'high-end', TV drama*, Manchester e New York, Manchester University Press.
- Newcomb H.
1976 "Introduction: Television and the Climate of Criticism", in H. Newcomb (a cura di), *Television The Critical View*, New York, Oxford University Press, 1987, pp. 3-12.
1991 "The creation of television drama", in Thompson Klaus B. J. e Jankowski Nicholas W. (a cura di), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, London, Routledge, pp. 93-107.
1999 *La Televisione, da Forum a Biblioteca*, Firenze, Sansoni.
- Newcomb H. e Alley R. S.
1982 "The Producer as Artist: Commercial Television", in J. S. Ettema e D. C. Whitney (a cura di), *Individuals in Mass Organizations*, cit., pp. 69-90.
1983 *The Producer's Medium: Conversations with Creators of American TV*, Oxford, Oxford University Press.
- Newcomb H. e Lotz A.
2002 "The production of media fiction", in K. B. Jensen (a cura di), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and quantitative methodologies*, London, Routledge, pp. 62-77.
- Nixon S.
1997 "Circulating culture", in P. du Gay (a cura di), *Production of Culture/Cultures of Production*, Milton Keynes/London, The Open University/Sage, pp. 177-234.
- Norman D. A.
1988 *The Psychology of Everyday Things*, New York, Basic Books; trad. it. *La caffettiera del masochista. Psicopatologia degli oggetti quotidiani*, Firenze, Giunti, 1990.
- O'Connor J.
2009 *Creative industries: a new direction?*, in «International Journal of Cultural Policy», vol. 15 (4), pp. 387-402.
- Oakley K.
2009 *The disappearing arts: creativity and innovation after the creative industries*, in «International Journal of Cultural Policy», vol. 15 (4), pp. 403-413.
- Ortoleva P.
2005a "La televisione nell'industria culturale, la televisione come industria culturale", in M. Morcellini (a cura di), *Il Mediaevo italiano. Industria culturale, TV e tecnologie tra XX e XXI secolo*, Roma, Carocci, pp. 273-286.
2005b *Il futuro digitale. Il declino industriale del sistema dei media italiano*, in «Problemi dell'informazione», n. 3, pp. 265-280.

Osservatorio Filas

2007 *fiction fermenti. Scenari, dimensione e prospettive di crescita della fiction nel Lazio*, disponibile al sito: http://www.filas.it/Uploads/FILAS_fiction.pdf.

Pagliano G.

1993 *Profilo di sociologia della letteratura*, Roma, La Nuova Italia Scientifica.

Pahl R.

2002 *Towards a more significant sociology of friendship*, in «European Journal of Sociology», vol. 43 (3), pp. 410-423.

Parker P.

1998 *The Art and Science of Screenwriting*, Exeter, Intellect Books.

Parkin F.

1979 *Marxism and Class Theory. A Bourgeois Critique*, London, Tavistock; trad. it. *Classi sociali e stato. Un'analisi neo-weberiana*, Bologna, Zannichelli, 1985.

Pasquier D.

1983 *Carrières de femmes: l'art et la manière*, in «Sociologie du travail», vol. 4, pp. 418-431.

1995 *Les scénariste et la television. Approche sociologique*, Paris, Nathan/Institut National de l'audiovisuel.

Pavalko R. M.

1971 *Sociology of Occupations and Professions*, Itasca (Ill.), F. E. Peacock.

Pearson R.

2005 "The Writer/Producer in American Television", in M. Hammond e L. Mazdon (a cura di), *The Contemporary Television Series*, Edinburgh, Edinburgh University Press, pp. 11-26.

Pekurny R.

1982 "Coping with television production", in J. S. Ettema e D. C. Whitney (a cura di), *Individuals in Mass Organizations, cit.*, pp. 131-143.

Pergolari A.

2006 "Commedia e dintorni. La scrittura di genere negli anni '60 e '70", in M. Comand (a cura di), *Sulla carta. Storia e storie della sceneggiatura in Italia*, Torino, Lindau, pp. 193-219.

Perrenoud M.

2009 "Formes de la démultiplication chez les «musicos»", in M. C. Bureau, M. Perrenoud e R. Shapiro (a cura di), *L'artiste pluriel, cit.*, pp. 83-94.

Peters A. K.

1974 "Aspiring Hollywood Actresses: A Sociological Perspective", in P. L. Stewart e M. G. Cantor (a cura di), *Varieties of Work Experience, cit.*, pp. 39-48.

- Peters A. K. e Cantor M. G.
 1982 "Screen Acting as Work", in J. S. Ettema e D. C. Whitney (a cura di), *Individuals in Mass Organizations*, cit., pp. 53-68.
- Peterson R. A.
 1976 *The Production of Cultural Change: The Case of Contemporary Country Music*, in «Social Research», vol. 45 (2), pp. 292-314.
 1978 *The Production of Cultural Change: The Case of Contemporary Country Music*, in «Social Forces», n. 45, pp. 292-314.
 1990 *Why 1955? Explaining the advent of rock music*, in «Popular Music», vol. 9, pp. 97-116.
 2000 *Two ways culture is produced*, in «Poetics», vol. 28, pp. 225-233.
- Peterson R. A. e Anand N.
 2004 *The Production of Culture Perspective*, in «Annual Review of Sociology», vol. 30, pp. 311-334.
- Peterson R. A. e Berger D.G.
 1975 *Cycles in symbol production: the case of popular music industry*, in «American Sociological Review», vol. 40, pp. 158-73.
- Petrocchi F.
 1994 "Aspetti istituzionali e dinamiche commerciali del modello produttivo italiano", in M. Buonanno (a cura di), *È arrivata la serialità. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno Sesto*, Torino, Nuova Eri VQPT, pp. 145-166.
 1996a "La fiction tv: Creatività e controllo", in M. Buonanno (a cura di), *Ciack! Si gira. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno settimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 107-134.
 1996b *Il cinema della televisione italiana. La produzione cinematografica di Rai e Fininvest (1976/1994)*, Roma, Rai VQPT.
 1999 "Piccolo e grande schermo: il mercato italiano della fiction", in M. Buonanno (a cura di), *Provando e riprovando. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno decimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 151-168.
 2001 "Scrivere fiction per la televisione", in M. Buonanno (a cura di), *Provando e riprovando. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno decimo*, Roma, Rai VQPT, pp. 165-183.
 2008 "Lo sviluppo delle storie: la funzione dello story editing", in M. Buonanno (a cura di), *La posta in gioco*, cit., pp. 109-125.
- Piccardo C. e Benozzo A.
 1996 *Etnografia organizzativa. Una proposta di metodo per l'analisi delle organizzazioni come culture*, Milano, Cortina.
- Pilmis O.
 2007 *Des «employeurs multiples» au «noyau dur» d'employeurs: relations d'emploi et concurrence sur la marché des comédiens intermittents*, in «Sociologie du travail», vol. 49, pp. 297-315.

Pinto L.

- 1994 *Le journalisme philosophique*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 101/102, pp. 25-38.

Pisanti A.

- 1984 “Sui panorami professionali della serialità in Italia”, in A. Abruzzese (a cura di), *Ai confini della serialità*, Napoli, Società Editrice Napoletana, pp. 79-82.

Piselli F.

- 1995 (a cura di) *Reti. L'analisi di network nelle scienze sociali*, Roma, Donzelli.
1999 *Capitale sociale: un concetto situazionale e dinamico*, in «Stato e Mercato», vol. 57, pp. 395-417.

Pizzorno A.

- 1999 *Perché si paga il benzinaio. Nota per una teoria del capitale sociale*, in «Stato e Mercato», vol. 57, pp. 373-394.

Plattner S.

- 1996 *High Art Down Home: An Economic Ethnography of a Local Art Market*, Chicago, University of Chicago Press.

Podhoretz N.

- 1968 *Making It*, New York, Random House.

Portes A.

- 1998 *Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology*, in «Annual Review of Sociology», vol. 24, pp. 1-24.

Powdermarker H.

- 1950 *Hollywood the Dream Factory. An Anthropologist looks at the movie-makers*, Boston, Little Brown and Company.

Powell M. J.

- 1994 *La nouvelle presse juridique et les métiers du droit*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 101/102, pp. 63-76.

Powell W. W.

- 1982 “From Craft to Corporation: The Impact of Outside Ownership on Book Publishing”, in J. S. Ettema e D. C. Whitney (a cura di), *Individuals in Mass Organizations, cit.*, pp. 33-52.
1985 *Getting into Print. The Decision-Making Process in Scholarly Publishing*, Chicago, University of Chicago Press.

Prandstraller G. P.

- 1977 *Professione regista*, Cosenza, Lerici.
1980 *Sociologia delle professioni*, Roma, Città Nuova.

Pratt A. C.

2005 *Cultural industries and public policy*, in «International Journal of Cultural Policy», vol. 11 (1), pp. 31-44.

Priggè S.

2005 *Created by... Inside the minds of TV's Top Show Creators*, Los Angeles, Silma-James Press.

Proust S.

2001 *Une nouvelle figure de l'artiste: le metteur en scène de théâtre*, in «Sociologie du travail», vol. 43, pp. 471-489.

Prover J.

1994 *No One Knows Their Name. Screenwriters in Hollywood*, Bowling Green (Ohio), Bowling Green State University Popular Press.

Rannou J. e Roharik I.

2009 "Vivre et survivre sur le marché de la danse", in M. C. Bureau, M. Perrenoud e R. Shapiro (a cura di), *L'artiste pluriel, cit.*, pp. 109-126.

Rao H., Monin P. e Durand R.

2003 *Institutional Change in Toqueville: Nouvelle Cuisine as an Identity Movement in French Gastronomy*, in «American Journal of Sociology», vol. 108 (4), pp. 795-843.

Ravet H.

2003 *Professionnalisation féminine et féminisation d'une profession*, in «Travail, Genre et Sociétés», vol. 9, pp. 173-195.

2006 "L'accès des femmes aux profession artistiques. Un double droit d'entrée dans le champ musical", in G. Mauger (a cura di), *L'accès à la vie d'artiste. Sélection et consécration artistiques*, Broissieux, Éditions du Croquant, pp. 151-176.

2009 "Musicien «à part entière». Genre et pluriactivité", in M. C. Bureau, M. Perrenoud e R. Shapiro (a cura di), *L'artiste pluriel, cit.*, pp. 127-142.

Redvall E. N.

2010 *Teaching screenwriting in a time of storytelling blindness: the meeting of the auteur and the screenwriting tradition in Danish film-making*, in «Journal of Screenwriting», vol. 1 (1), pp. 59-81.

Reed H. A.

1979 "The Black Tavern in the Making of A Jazz Musician: Bird, Mingus, and Stan Hope", in H. B. Shaw (a cura di), *Perspectives of Black popular culture*, Bowling Green State, Popular Press, 1990, pp. 7-21.

Reif F. e Strauss A.

1965 *The Impact of Rapid Discovery upon the Scientist's Career*, in «Social Problems», vol. 12, pp. 297-311.

- Ridgeway S.
 1989 "Artist Groups: Patrons and Gatekeepers", in A. W. Foster e J. R. Blau (a cura di), *Art and Society: Readings in the Sociology of Arts*, Buffalo, State University of New York Press, pp. 205-220.
- Rixon P.
 2006 *American Television on British Screens. A Story of Cultural Interaction*, New York, Palgrave Macmillan.
- Roberts K.
 2004 *The Leisure Industries*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Roe A.
 1952 *A Psychologist Examines 64 Eminent Scientists*, in «Scientific American», pp. 21-25.
- Rose M.
 1993 *Authors and Owners: The Invention of Copyright*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press.
- Rosenblum B.
 1978 *Photographers at Work*, New York, Holmes & Meyer.
 1985 "The Artist as Economic Actor in the Art Market", in J. H. Balfe e M. J. Wyszomirski (a cura di), *Art, Ideology, and Politics*, New York, Praeger, pp.63-79.
- Roth J. A.
 1974 *Professionalism. The Sociologist's Decoy*, in «Sociology of Work and Occupations», vol. 1 (1), pp. 6-23.
- Roth J. A., Ruzek S. K. e Daniels A. K.
 1973 *Current State of the Sociology of Occupations*, in «Sociological Quarterly», vol. 14 (3), pp. 309-333.
- Rothenbuhler E. W. e Dimmick J. W.
 1982 *Popular Music*, in «Journal of Communication», vol. 32, pp. 143-149.
- Rouverol J.
 1984 *Writing for the soaps*, Cincinnati (Oh), Writer's Digest.
- Rusconi P.
 2000 "Confraternite e gruppi. Socialità e solitudini dell'artista moderno", in A. Negri (a cura di), *Arte e artisti nella modernità*, Milano, Jaka Book, pp. 183-211.
- Ryan B.
 1992 *Making capital from culture: the corporate form of capitalist cultural production*, Berlino e New York; de Gruyter.
- Ryan J. e Peterson R. A.

1982 "The Product Image. The Fate of Creativity in Country Music Songwriting", in J. S. Ettema e D. C. Whitney (a cura di), *Individuals in Mass Organizations*, cit., pp. 11-32.

Sadler D.

1997 *The global music business as an information industry: reinterpreting economies of culture*, in «Environment and Planning A», vol. 29, pp. 1919-1936.

Salaman G.

1974 *Community and occupation: An exploration of work/leisure relationships*, Cambridge, Cambridge University Press.

Sandeen C. A. e Compesi R. J.

1990 "Television Production as Collective Action", in R. J. Thompson e G. Burns (a cura di), *Making Television*, cit., pp. 147-160.

Sanna G. e Biasi A.

1991 *Professione creativo*, Milano, Bridge.

Santoro M.

1998 *Professione*, in «Rassegna italiana di sociologia», a. XXXX (1), pp. 115-128.

2000 *Cultura e produzione culturale: nuove prospettive di ricerca e caso italiano*, in «πόλις», vol. 14 (2), pp. 183-190.

2003 *L'intellettuale in campo. Bourdieu e la cultura italiana*, in «il Mulino. Rivista bimestrale di cultura e di politica», vol. 1, pp. 67-76.

2008 *Culture As (And After) Production*, in «Cultural Sociology», vol. 2 (1), pp. 7-31.

Santoro M. e Sassatelli R.

2009 "Introduzione", in M. Santoro e R. Sassatelli (a cura di), *Studiare la cultura. Nuove prospettive sociologiche*, Bologna, il Mulino, pp. 9-53.

Sapiro G.

2007a *La vocation artistique entre don et don de soi*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 168, pp. 4-11.

2007b *Je n'ai jamais appris à écrire». Les conditions de formation de la vocation d'écrivain*, in «Actes de la recherche en sciences sociales», vol. 168, pp. 12-33.

Sarris A.

1962 *Notes on the Auteur Theory*, in «Film Culture», vol. 62 (3), pp. 1-18.

Sassoon, Joseph

1994 "Creatività e comunicazione: i pubblicitari", in A. Melucci, *Creatività: miti, discorsi, processi*, Milano, Feltrinelli, pp. 77-98.

Saunders D.

1964 *The Profession of English Letters*, London, Routledge and Kegan Paul.

Saundry R. e Nolan P.

- 1998 *Regulatory change and performance in TV production*, in «Media, Culture & Society», vol. 20, pp. 409-426.

Scalise I. M. e Donia A.,

- 1999 *Sognando Hollywood nelle 'soap' della Tv c'è un posto al sole*, in «Corriere Lavoro», 16 luglio, pp. 12-13.

Schatz T.

- 1990 "Desilu, I Love Lucy, and the Rise of Network TV", in R. J. Thompson e G. Burns (a cura di), *Making Television*, cit., pp. 117-136.

Schiller D.

- 1994 *From culture to information and back again*, in «Critical Studies in Mass Communication», vol. 11 (1), pp. 93-115.

Schudson M.

- 1989 *How Culture Works: Perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols*, in «Theory and Society», vol. 18, pp. 153-80.
1995 *The Power of News*, Cambridge e London, Harvard University Press.

Schwartz H. e Jacobs J.

- 1979 *Qualitative Sociology. A Method to the Madness*, New York, The Free Press; trad. it. *Sociologia qualitativa. Un metodo nella follia*, Bologna, il Mulino, 1987.

Scott A. J.

- 2000 *French Cinema: Economy, Policy and Place in the Making of a Cultural-Products Industry*, in «Theory, Culture & Society», vol. 17 (1), pp. 1-38.
2004 *The other Hollywood: the organizational and geographic bases of television-program production*, in «Media, Culture & Society», vol. 26 (2), pp. 183-205.
2005 *On Hollywood: the place, the industry*, Princeton (Nj), Princeton University Press.

Sellors P. C.

- 2007 *Collective Authorship in Film*, in *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 65 (3), pp. 263-271.

Sennett R.

- 2008 *The Craftsman*, New Haven and London, Yale University Press; trad. it. *L'uomo artigiano*, Milano, Feltrinelli.

Shoemaker P. J.

- 1991 *Communication Concepts 3: Gatekeeping*, Newbury Park (Ca), Sage.

Shubik I.

- 1975 *Play for Today. The Evolution of Television Drama*, Manchester e New York, Manchester University Press, 2000.

Silver H. R.

- 1979 *Rethinking Arts and Crafts: A Comment on Becker*, in «American Journal of Sociology», vol. 84 (6), pp. 1452-1457.

Silverman D.

- 2000 *Doing Qualitative Research. A Practical Guide*, London, Sage; trad. it. *Come fare ricerca qualitativa*, Roma, Carocci, 2002.

Simmel G.

- 1908 *Soziologie*, Leipzig, Duncker & Humblot, 1908; trad. it. *Sociologia: indagine sulle forme di associazione*, Milano, Comunità, 1989.

Simpson C. R.

- 1981 *Soho. The Artist in the City*, Chicago and London, The University of Chicago Press.

Smigel E.O.

- 1964 *The Wall Street Lawyer*, New York, The Free Press of Glencoe.

Sorice M.

- 2002 *Lo specchio magico. Linguaggi, formati, generi, pubblici della televisione italiana*, Roma, Editori Riuniti.

Sorignet P. E.

- 2006 “L’audition dans une compagnie de danse contemporaine”, in G. Mauger (a cura di), *L’accès à la vie d’artiste. Sélection et consécration artistiques*, Broissieux, Éditions du Croquant, pp.15-48.

Sorlin P.

- 1977 *Sociologie du cinéma*, Paris, Aubier Montaigne; trad. it. *Sociologia del cinema*, Milano, Garzanti, 1979.

Spada C.

- 2004 “Il valore finanziario della fiction italiana nel contesto europeo”, in M. Buonanno (a cura di), *Il ritorno del già noto. La fiction italiana. L’Italia nella fiction. Anno quindicesimo*, Roma, Rai Eri, pp. 123-137.

Spilerman S.

- 1977 *Careers, Labor Market Structure, and Socioeconomic Achievement*, in «American Journal of Sociology», vol. 83 (3), pp. 551-593.

Stam R.

- 2000 *Film Theory: an introduction*, Malden and Oxford, MA-UK, Blackwell.

Stam R., Burgoyne R. e Flitterman-Lewis S.

- 1992 *New vocabularies in film semiotics: structuralism, post-structuralism, and Beyond*, New York, Routledge.

- Starkey K., Barnatt C. e Tempest S.
 2000 *Beyond Networks and Hierarchies: Latent Organizations in the U.K. Television Industry*, in «Organization Science», vol. 11 (3), pp. 299-305.
- Stempel T.
 1988 *FrameWork: a history of screenwriting in the American film*, New York, Syracuse University Press, 2000 (con nuovi materiali).
- Stewart P. L. e Cantor M. G. (a cura di)
 1974 *Varieties of Work Experience. The Social Control of Occupational Groups and Roles*, Cambridge, Schenkman Publishing Compagny.
- Stillinger J.
 1991 *Multiple Authorship and the Myth of the Solitary Genius*, Oxford, Oxford University Press.
- Straubhaar J. D.
 1991 *Beyond media imperialism: asymmetrical interdependence and cultural proximity*, in «Critical Studies in Mass Communication», vol. 8, pp. 39-59.
- Strauss A. L.
 1959 *Mirrors and masks: the search for identity*, Glencoe (Ill.), Free Press of Glencoe.
 1961 *Professions, Work and Careers*, San Francisco (Ca), Sociology Press.
 1970 "The Art School and Its Students: A Study and an Interpretation", in M. C. Albrecht, J. H. Barnett e M. Griff (a cura di), *The Sociology of Art and Literature*, London, Gerald Duckworth & Co., pp. 159-177.
- Street J.
 2005 *Showbusiness of a serious kind: A cultural politics of the arts prize*, in «Media, Culture & Society», vol. 27, pp. 819-840.
- Stronach I., Garratt D., Pearce C. e Piper H.
 2007 *Reflexivity, the Picturing of Selves, the Forging of Method*, in «Qualitative Inquiry», vol. 13 (2), pp. 179-203.
- Swidler A.
 1986 *Culture in Action: Symbols and Strategies*, in «American Sociological Review», vol. 51, pp. 273-286.
- Tankel J. D.
 1990 "Program Production for Export and the Domestic Market: Autorship in *The Avengers*", in R. J. Thompson e G. Burns (a cura di), *Making Television, cit.*, pp. 81-91.
- Tanner J. (a cura di)
 2003 *The Sociology of Art. A Reader*, London, Routledge.

Thompson R. J.

1990 *Adventures on prime time: the television programs of Stephen J. Cannell*, New York, Praeger.

Thompson R. J. e Burns G. (a cura di)

1990 *Making Television: Authorship and the Production Process*, New York, Praeger.

Thurston C.

1987 *The Romance Revolution: Erotic Novels for Women and the Quest for a New Sexual Identity*, Urbana (Ill), University of Illinois Press.

Tota A. L.

1997 *Etnografia dell'arte: per una sociologia dei contesti artistici*, Roma, Logica.

1999 *Sociologie dell'arte. Dal museo tradizionale all'arte multimediale*, Roma, Carocci.

Trasforini A.

2007 *Nel segno delle artiste: donne, professioni d'arte e modernità*, Bologna, il Mulino.

Trice H. M.

1993 *Occupational Subcultures in the Workplace*, Ithaca (NY), ILR Press.

Tronca L.

2006 *Reti comunitarie e capitale sociale*, in P. Di Nicola (a cura di), *Dalla società civile al capitale sociale. Reti associative e strategie di prossimità*, Milano, FrancoAngeli, pp. 64-88.

Truffaut F.

1954 *A certain tendency of the French Cinéma*; http://soma.sbccc.edu/users/davega/FILMST_101/FILMST_101_FILM_MOVEMENTS/FrenchNewWave/A_certain_tendency_tr%23540A3.pdf

Tuchman G.

1972 *Objectivity as strategic ritual*, in «American Journal of Sociology», vol. 77 (4), pp. 660-679.

1978 *Making News*, New York, Free Press.

1989 *Edging Women Out: Victorian Novelists, Publishers, and Social Change*, Yale University Press, New Haven CT 1989.

Tulloch J.

1990 *Television Drama. Agency, audience and myth*, London-New York, Routledge.

Tulloch J. e Alvarado M.

1983 *Doctor Who. The Unfolding Text*, London, Macmillan.

Tunstall J.

1971 *Journalists at work. specialist correspondents: their news organizations, news sources, and competitor-colleagues*, London, Contsable and Company.

- 1972 "I giornalisti specializzati e gli scopi delle organizzazioni giornalistiche", in P. Baldi (a cura di), *Il giornalismo come professione*, Milano, il Saggiatore, pp. 87-10.
- 1993 *Television producers*, Routledge, London & New York 1993.

Turow J.

- 1982 "Unconventional Programs on Commercial Television: An Organizational Perspective", in J. S. Ettema e D. C. Whitney (a cura di), *Individuals in Mass Organizations*, cit., pp. 107-129.

Unruh D. R.

- 1980 *The Nature of Social Worlds*, in «The Pacific Sociological Review», vol. 23 (3), pp. 271-296.

Van Maanen J.

- 1979 *The Fact of Fiction*, in «Organizational Ethnography Administrative Science Quarterly», vol. 24 (4), pp. 539-550.

Van Maanen J. e Barley S. R.

- 1984 *Occupational Communities: Culture and Control in Organizations*, in «Research in Organizational Behavior», vol. 6, pp. 287-365.

Vassallo de Lopes M. I.

- 2002 "Un genere nazionale e internazionale. La telenovela brasiliana", in M. Buonanno (a cura di), *Per voce sola e coro. La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno ?*, Rai VQPT, pp. 175-187.

Ventriglia G.

- 2008 *Dall'idea al concept al soggetto*, in «Script», n. 44-45, pp. 14-20.
- 2009 *La linea d'ombra della fiction italiana*, in «Script», n. 46-47, pp. 17-28.

Verdone M.

- 1993 *L'artefice del film. Riflessioni e testimonianze sulla regia*, Roma, La Nuova Italia Scientifica.

Villa F.

- 2006 "Cordoglio ed euforia. La sceneggiatura negli anni '50", in M. Comand (a cura di), *Sulla carta. Storia e storie della sceneggiatura in Italia*, Torino, Lindau, pp. 143-162.

Visca A.

- 2007a *La fabbrica del telefilm. Dal pilot alla messa in onda*, in «Link. Idee per la televisione», pp. 27-33.
- 2007b *Come nasce una puntata. Tempi e modalità di produzione delle serie Usa*, in «Link. Idee per la televisione», pp. 35-47.

Wagle T. e Cantaffa D.

2008 *Working Our Hyphens: Exploring Identity Relations in Qualitative Research*, in «Qualitative Inquiry», vol. 14 (1), pp. 135-159.

Warren C.

1988 *Gender issues in field research*, Newbury Park (Ca), Sage.

Warren D. I.

1968 *Power, Visibility, and Conformity in Formal Organizations*, in «American Sociological Review», vol. 33 (6), pp. 951-970.

Wasko J.

1994 *Hollywood in the Information Age*, Cambridge, Polity Press.

2003 *How Hollywood Works*, London, Sage.

Weber F. e Lamy Y.

1999 *Amateurs et professionnels*, introduction au dossier «Genèses», n. 36, p. 2-5.

Weber M.

1904 *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, Tubinga; trad. it. *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, Firenze, Sansoni, 1945.

1919 "Politik als Beruf", in *Gesammelte politische Schriften*, Monaco, Uni-Taschenbücher, 1921; trad. it. "La politica come professione", in *La scienza come professione – La politica come professione*, Milano, Mondadori, 2006, pp. 49-135.

Wellman B. e Wortley S.

1990 *Different Strokes From Different Folks: Community Ties and Social Support*, in «American Journal of Sociology», vol. 96 (3), pp. 558-588.

Westby D. L.

1960 *The Career Experience of the Symphony Musician*, in «Social Forces», vol. 38 (3), pp. 223-230.

Williams R.

1974 *Television: technology and cultural form*, London, Fontana; trad. it. *Televisione: tecnologia e forma cultura*, Bari, De Donato, 1981.

1977 *Marxism and Literature*, Oxford, Oxford University Press; trad. it. *Marxismo e letteratura*, Roma-Bari, Laterza, 1979.

1980 "The Bloomsbury Fraction", in R. Williams (a cura di J. Higgins), *The Raymond Williams reader*, Oxford, Blackwell, 2001, pp. 229-248.

1981 *Culture*, London, Fontana.

Wilson E.

2000 *Bohemians. The Glamorous Outcasts*, London, I.B.T., 2003.

Wilson R. (a cura di)

1964 *The Arts and Society*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.

Wittkower R. e Wittkower M.

- 1963 *Born Under Saturn*, London, Weidenfeld and Nicolson; trad. it. *Nati sotto Saturno. La figura dell'artista dall'Antichità alla Rivoluzione francese*, Torino, Einaudi, 1968.
- White D. M.
1950 *The "gate keeper": A case study in the selection of news*, in «Journalism Quarterly», vol. 27, pp. 383-390.
- White H. C.
1981 *Where Do Markets Come From?*, in «American Journal of Sociology», vol. 87 (3), pp. 517-547.
- White H. C. e White C.A.
1965 *Canvases and Careers: Institutional Change in the French Painting World*, New York, Wiley.
- Wolff J.
1981 *The Social Production of Art*, London, The MacMillan; trad. it. *Sociologia delle arti*, Bologna, il Mulino, 1983.
- Woodmansee M.
1994 "On the Author Effect: Recovering Collectivity", in M. Woodmansee e P. Jaszi (a cura di), *The Construction of Authorship: Textual Appropriation in Law and Literature*, Durham (NC), Duke University Press, pp. 15-28.
- Zaccaria R. (a cura di)
1984 *Rai la televisione che cambia*, Torino, Società Editrice Internazionale.
- Zafirau S.
2007 *Reputation Work in Selling Film and Television: Life in the Hollywood Talent Industry*, in «Qualitative Sociology», vol. 31 (2), pp. 99-127.
- Zagarrio V.
2006 "Morte e rinascita del «mestiere». Sceneggiatori e sceneggiature anni '80-'90", in M. Comand (a cura di), *Sulla carta. Storia e storie della sceneggiatura in Italia*, Torino, Lindau, pp. 221-263.
- Zanatta S.
2008 *From the Words to the Screen. The Fiction Field and its Dynamics between Creativity and Power*, ESA2008 – Arts, Culture and the Public Sphere, Venezia.
2009 *Bringing up Father. The Italian Habit of Buying Format and the Repercussions in the National Television Industry*, ESA2009, Lisbon.
- Zaretti A.
2003 *Religione e modernità in Max Weber. Per un'analisi comparata dei sistemi sociali*, Milano, Franco Angeli.

Zavattini C.

1953 *Umberto D.: dal soggetto alla sceneggiatura*, Roma, Bocca.

Zolberg V. L.

1990 *Constructing a Sociology of the Arts*, Cambridge, Cambridge University Press; trad.it. *Sociologia dell'arte*, Bologna, il Mulino, 1994.

2006 *The Sociology of Art*, in «21st Century Sociology»; http://sageereference.com/sociology/Article_n84.html.

Zuckerman, Ezra W., Kim, Tai-Young, Ukanwa, Kalinda e von Rittmann, James

2003 *Robust Identities or Nonentities? Typecasting in the Feature-Film Labor Market*, in «American Journal of Sociology», vol. 108 (5), pp. 1018-1074.

Zukin S.

1995 *The Culture of Cities*, Oxford, Blackwell.

Dietro ogni fatica c'è sempre qualcuno che ti ha dato una mano e qualcun altro che te ne ha date due. Questi tre anni sono stati un'avventura intensa, elettrizzante e insieme faticosa. Se sono cresciuta (e sopravvissuta) lo devo all'aiuto di tante persone, a cui va il mio più sentito **Grazie**.

“Cold Case”

Ai *miei* sceneggiatori che mi hanno aperto le loro vite e le loro case con disponibilità e affetto, offrendomi cene, pranzi e passaggi in macchina, e continuando a rispondere alle mie insistenti mail. In particolare ai miei *preferiti*: Lea ed Anna, Nicola e Marco, Massimo e Francesco; e a quelli di Boris perché mi hanno fatto vivere una settimana “alla c.d.c.”.

E quindi, a Roma, tentacolare ed eterna, in particolare via Carmelo Maestrini, Lucio Sestio, Piazza Bologna e i rispettivi divani letto che hanno accolto le mie turbe etnografiche.

“The office”

A Giolo Fele per aver “preso in consegna” questa mia personcina un po' confusa e averla condotta da abile maieuta al suo traguardo.

A Denise Bielby per aver condiviso il suo studio con una sconosciuta dall'accento inferno, per i consigli e le chiacchierate del giovedì, e perché è l'unica prof. con cui abbia parlato del futuro immersa nel verde di un giardino botanico.

A Denise Segura e a Katrine Turnovsky della UCSB con cui ho discusso le mie paranoie metodologiche.

A Gino Del Grosso, che segue i miei passi dal lontano 2004, perché se oggi sono qui lo devo anche a lui, e alla fiducia che non mi ha mai negato.

Ad Alberto Brodesco per le chiacchierate su Godard & Co. e quell'*allure* da intellettuale che tanto gli invidia.

Ai prof., ricercatori e dottorandi del Prin2006 “Media e Generazioni” per avermi mostrato che sì, esiste un'altra università possibile.

“Genitori in blue jeans”

Alla mia mammuzza e al mio papone, dal cui amore ho avuto la fortuna di nascere. Perché mi hanno dato le ali ed insegnato a spiccare il volo.

E perché il mio viaggio sarebbe davvero poca cosa senza le nostre pizze e le nostre lacrime, le nostre chiacchierate e i nostri silenzi, i nostri sorrisi e i nostri tragitti in macchina. Grazie soprattutto per aver sopportato il delirio di questi ultimi mesi (con relativa invasione del salotto) e avermi dato una mano accettando noiosi incarichi di manovalanza tesistica.

“Tell me you love me”

A Dede che RESISTE. Ad Andreeeee che ha le pantofole. A Budu che amo. E a tutti e tre per aver guadato il mare in burrasca della mia vita, per aver sopportato stoicamente i miei nervosismi e tutto il tempo rubato alla nostra vita, e per credere ancora in questo piccolo grande amore.

“Brothers and Sisters”

Alla mia famiglia acquisita che mi fa sentire a casa in una città da cui – mi sa – non riuscirò più a fuggire. E in particolare: a Zumo, che non ha mai bisogno di troppe parole, per i pranzi e le mattinate in ufficio (il nostro), gli sms e gli abbracci, e perché prima o poi riusciremo a lavorare insieme; a EliGina per non essersi fatta spaventare dai silenzi degli ultimi mesi e per essere regolarmente venuta a controllare che fossi viva, piombando in casa in orari strategici del palinsesto televisivo (!); a Rachele, il mio barattolo di simpatia, per essersi rubata cioccolatini a volontà come se fosse stata lei quella che si doveva dottorare e perché anche se la tratto male le voglio davvero un gran bene; a Raffaella per essere una delle mie più fiere sostenitrici (inspiegabilmente!) e per avermi ricordato non so quante volte che nella vita non bisogna avere paura; a Devidelli perché, nonostante con l’inizio del dottorato sia finito il nostro sodalizio abitativo, c’è (e non lo dubitavo) e mi regala sempre momenti di piacevole follia; a Martarella, futura intellettual chic di San Paolo, per esserci stata al mio compleanno, per i grattini (ormai sporadici) e le matte risate.

Al Cardone per aver condiviso con me un bagaglio di consumi culturali imbarazzanti, per le sedute psicologiche (a turno) e perché finalmente possiamo inaugurare l’ (ormai vecchia) casetta nuova.

A Paola, la mia stellina (matta), perché questo campo mi ha fatto assaporare più spesso il sapore speziato della nostra amicizia, perché mi dice sempre quello che pensa, e perché nonostante io non risponda mai al telefono e alle mail continua a non arrendersi.

“Desperate Housewives”

Alla stoica Punasc, per gli amici Paola Siano: per i piatti lavati, il bagno pulito, la spazzatura buttata, la spesa fatta (al posto mio), ma anche per i bigliettini di incoraggiamento e le lacrime dentro la vasca, i buoni propositi bruciati e il viaggio che per la prima volta ci faremo insieme.

“Sex and the City”

Alle mie amiche di Treviso e ai loro occhi che mi ricordano sempre la meraviglia delle nostre infanzie. A Chiara, Lucia e Vivi perché, ciascuna con il proprio stile, non hanno mai smesso di starmi vicine e perché al di là

dell'irregolarità dei nostri incontri restano a tutt'oggi tra le mie consigliere più sagge.

“In-treatment” (ma un po’ anche “Bayside School”)

Ai miei compagni di dottorato, quelli del XXII, e alle scale antincendio di piazza Venezia teatro delle nostre incazzature, dei nostri pianti e di sonori *“non siamo mica nati per soffrire”*. Alla Avolio, la nostra mamma, che ha perso la battaglia ma vinto la sua guerra; a Cutuli, etnografo *inside*, che ha imparato a far girare i numeri e che quando ho avuto bisogno ha (invano) tentato di insegnarlo anche a me; e alla Selmi, perché se in ogni classe i compagni non te li scegli ma ti capitano... beh allora ringrazio la sorte per avermi regalato un'amica, una motivatrice, una viziosa come me, e soprattutto la socia perfetta per il club delle...

A Marina-Lucy, compagna di banco, per le lunghe skyppate (americane e villorbesi), per aver condiviso le ansie geografiche e le riflessioni sul futuro e per essersi appassionata a *Lipstick Jungle*.

“The O.C.”

Alla mia america, ai suoi autisti pazzi, alle sue spiagge incatramate, al sole caldo sul caramel latte.

A Devid per le partite a tennis e le quesadilla di Freebirds. A Kile, il più americano dei brasiliani (e il più brasiliano degli americani), perché arrivare all'università in limousine non ha davvero prezzo.

“The Unusual”

Ai miei quaderni Moleskine indispensabili compagni di campo
Alle scarpe che mi sono rimaste attaccate ai piedi nelle trasferte romane
A tutti i romanzi che non ho letto ma che ho comprato
Ai passi falsi e ai passi giusti
A Facebook, vero toccasana nei momenti di reclusione
Al karkadè, al the alla menta e alle liquirizie (in ogni forma)
Al brufolo pensatore
All'oroscopo di Rob e Marco Pesatori

Grazie.